

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Mebel atau *furniture* adalah perlengkapan rumah yang mencakup semua barang seperti kursi, meja dan lemari. Produk mebel merupakan produk yang banyak dibutuhkan masyarakat dan telah menjadi bagian dari kehidupan. Oleh karena itu, prospek pada usaha mebel begitu baik sehingga menimbulkan persaingan yang ketat dengan munculnya pelaku usaha baru baik skala kecil maupun skala besar. Masing-masing pelaku usaha mebel akan berusaha untuk meningkatkan kualitas produknya dengan tujuan agar pelanggan tetap tertarik untuk melakukan pembelian. Oleh karena itu pelaku usaha perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat.

Toko Mebel Cahaya Kesugihan merupakan toko yang menjual berbagai model *furniture* yang sering dibutuhkan pelanggan. Namun, banyaknya tempat membeli *furniture* di wilayah kecamatan Kesugihan dan sekitarnya membuat calon pembeli kesulitan menentukan toko mana yang menawarkan *furniture* dengan kualitas dan harga yang dibutuhkan. Salah satu yang perlu diperhatikan para pelaku usaha adalah bagaimana melaksanakan cara pemasaran yang tepat guna konsumen tertarik supaya bisa membeli *furniture* di tokonya. Jenis promosi yang diperlukan untuk produk yang dipasarkan memiliki dampak yang signifikan terhadap efektivitasnya. Jenis produk tertentu memerlukan jenis promosi tertentu, dan jenis promosi lainnya juga harus menggunakan jenis promosi lainnya. Dengan kata lain, jika promosi tidak

sesuai dengan spesifikasi produk, itu tidak dapat menjamin kesuksesan dan mungkin tidak sesuai untuk semua promosi. Pemasaran memerlukan lebih dari sekadar menyampaikan produk dari produsen ke konsumen, itu juga termasuk mencari cara untuk membangkitkan minat mereka dan memuaskan mereka.

Pada hal ini, Strategi adalah upaya untuk menetapkan tujuan pelaku usaha, melakukan serangkaian tindakan, dan mengalokasikan sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. Oleh karena itu, strategi promosi merupakan komponen penting dalam persaingan bisnis saat ini. Keuntungan dan penjualan diharapkan meningkat sebagai hasil dari kegiatan promosi.

Menghadapi persaingan tersebut, pelaku usaha dituntut untuk fokus pada kegiatan pemasaran. Kegiatan perusahaan harus mampu memuaskan pelanggan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa pemasaran memberikan kontribusi yang signifikan terhadap upaya perusahaan untuk mendorong penjualan. digunakan sebagai panduan, khususnya dalam pemasaran. Sistem periklanan adalah metode yang paling tepat untuk memperluas kesepakatan, strateginya adalah menetapkan biaya, kemajuan, dan saluran sirkulasi untuk tenaga kerja dan produk yang dapat memberikan kepuasan kepada pembeli.

Menurut Laksana (2019:129) promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal produk jadi mengenalnya. Dengan kemajuan teknologi sekarang ini pelaku usaha bisa melakukan promosi atas banyak macam cara, contohnya yang dilaksanakan atas Toko mebel cahaya kesugihan dalam melakukan strategi

pemasarannya pemilik Toko Mebel Cahaya Kesugihan melakukan promosi dengan cara membuat iklan di story whatsapp, instagram, facebook, dan social media lainnya. Selain itu juga Toko Mebel Cahaya menjual furniturnya melalui *ecommerce* seperti di Shopee dan Tokopedia.

Selain promosi faktor yang wajib diperhatikan atas perusahaan saat melakukan bisnis ialah harga, harga yang sama atas pangsa pasar mempengaruhi pembeli untuk dapat membeli suatu produk. Harga mebel yang cukup tinggi seringkali membuat konsumen enggan untuk membeli oleh karena itu Toko Mebel Cahaya kesugihan juga sering kali menawarkan promo Potongan harga yang sangat menarik untuk dapat menarik konsumen agar membeli *furniture* di Toko Mebel Cahaya Kesugihan. Potongan Harga yang di tawarkan juga sangat variatif karena Pelanggan lebih kritis, cerdas, sadar harga, dan menuntut, dan banyak pesaing mendekati mereka dengan penawaran yang sebanding atau bahkan lebih unggul. Oleh karena itu, perusahaan perlu menerapkan strategi penetapan harga dan promosi yang sukses untuk meyakinkan pelanggan potensial untuk melakukan pembelian.

Menurut Tjiptono (2012:166) “Potongan harga merupakan suatu pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu”. Sementara itu mengingat perekonomian yang semakin memprihatinkan memaksa konsumen untuk lebih selektif terhadap harga, dengan harga yang terjangkau serta dibarengi dengan kualitas produk yang baik akan membuat pelanggan kembali untuk membeli kedua kalinya, ketiga kalinya dan seterusnya. Begitu juga dengan Toko Mebel Cahaya yang bergerak dalam

bidang *Furniture* berusaha untuk meningkatkan penjualan produknya dengan menerapkan bauran pemasaran berupa promosi yang tepat dan harga yang cukup bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya.

Adapun fenomena yang dihadapi Toko Mebel Cahaya Kesugihan berkaitan dengan promosi dan potongan harga terhadap penjualan dimana masih kurangnya penjualan produk Toko serta banyaknya Toko pesaing yang berlomba memberikan harga yang bersaing dengan promosi yang menjanjikan untuk menarik perhatian konsumen sehingga peningkatan penjualan produk belum maksimal. Oleh karena itu diharapkan dengan penerapan promosi yang tepat serta harga yang sesuai dengan potongan harga yang tepat diharapkan dapat menimbulkan rasa kepercayaan pelanggan terhadap Toko Mebel Cahaya Kesugihan dengan tetap setia membeli produk setiap membutuhkannya sehingga volume penjualan produk terus mengalami peningkatan.

Berdasarkan uraian di atas maka peranan promosi dan potongan harga yang sesuai sangatlah mendukung peningkatan penjualan produk perusahaan. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Mebel Cahaya Kesugihan.”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Promosi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Mebel Cahaya Kesugihan?
2. Apakah Potongan Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Mebel Cahaya Kesugihan ?
3. Apakah Promosi Dan Potongan Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Mebel Cahaya Kesugihan ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di Toko Mebel Cahaya Kesugihan.
2. Untuk mengetahui pengaruh potongan harga terhadap keputusan pembelian di Toko Mebel Cahaya Kesugihan.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi dan potongan harga terhadap keputusan pembelian di Toko Mebel Cahaya Kesugihan.

D. Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan indentifikasi masalah diatas dan untuk menghindari perluasan pembahasan dalam penelitian ini, maka peneliti akan membuat batasan masalah agar tidak terjadi kesalah pahaman dan tidak keluar dari pembahasan yang diteliti. Dalam penulisan penelitian ini terdapat batasan – batasan masalah yaitu mengenai Promosi dan Potongan Harga terhadap keputusan pembelian di Toko Mebel Cahaya Kesugihan.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat bagi praktisi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi saran untuk perusahaan untuk memahami apa saja yang mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat bagi penulis

Penelitian ini dapat memberi pengalaman belajar juga kesempatan guna memperluas pengetahuan penulis tentang dunia bisnis sehingga tidak sebatas ilmu yang didapat penulis pada saat perkuliahan.

3. Manfaat bagi akademisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya. Disamping itu, penulis juga berharap agar hasil dari penelitian ini mampu mendorong berkembangnya penelitian – penelitian selanjutnya dibidang pemasaran.