

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan kegiatan usaha dan kompetisi bisnis pada era dewasa ini bergerak dengan sangat pesat. Salah satu dampak dari pesatnya dunia usaha dan kompetisi bisnis adalah para pelaku usaha yang saling bersaing untuk mendapatkan pasar. Salah satu kebutuhan manusia yang paling penting adalah kebutuhan pangan, sehingga pada saat ini bisnis dunia kuliner menjadi trend di kalangan masyarakat. Secara umum dapat dikatakan bahwa pemasaran menjadi pola laku yang menyadari bahwa suatu usaha tidak dapat bertahan jika tidak ada transaksi pembelian. Para pelaku usaha harus berusaha mempelajari dan melihat kebutuhan juga keinginan pelanggannya. Dengan mengetahui keinginan, permintaan dan kebutuhan pelanggan, maka pelaku usaha dapat merancang strategi pemasaran untuk menciptakan keputusan pembelian bagi para konsumennya. Untuk dapat mencapai keunggulan bersaing, para pelaku usaha harus menciptakan dan mempertahankan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen. Selain itu, pengusaha juga harus mengetahui dengan akurat mengenai perilaku konsumen supaya dapat memberikan definisi pasar yang baik sehingga mampu mengikuti perubahan yang terus menerus. Perilaku konsumen dianggap berperan penting dalam memahami dan menentukan bagaimana para konsumen mengambil keputusan menggunakan produk sehingga berakhir pada proses pembelian

Produk yang diinginkan oleh konsumen pastinya harus memiliki kualitas yang baik. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Suryaningsih (2018:72), produk

merupakan segala hal yang dapat diberikan pasar agar menarik perhatian, penggunaan maupun konsumsi yang dapat mencukupi kebutuhan konsumen. Produk tidak hanya berupa barang fisik saja tapi mencakup semua hal yang dapat dipasarkan termasuk tempat, jasa manusia serta faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Produk tidak dapat dilepaskan dengan kebutuhan, karena produk merupakan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan manusia. Para konsumen akan menggunakan produk jika itu sesuai dengan kebutuhannya.

Selain sesuai dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan, konsumen juga menginginkan produk yang berkualitas. Didalam suatu usaha, kualitas sebuah produk merupakan faktor yang harus diperhatikan karena hal ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Irfan dalam Arianto (2020: 2) kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan konsumen dengan memberikan nilai dan kualitas yang tinggi. Kualitas produk yang baik akan membuat usaha dapat bertahan dan bersaing dengan usaha-usaha lainnya serta mendapat kepercayaan dari konsumen. Para konsumen akan melakukan pembelian ulang jika produk yang disediakan oleh perusahaan memiliki kualitas yang baik serta sesuai dengan kebutuhannya.

Selain kualitas produk, harga pula merupakan faktor yang mempengaruhi volume penjualan. Harga dalam arti sempit ialah jumlah yang diberikan untuk suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga ialah jumlah seluruh nilai yang diberikan oleh konsumen agar mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler dan Armstrong dalam Rambe (2021: 213)). Penentuan harga pada produk sangat berpengaruh pada keputusan

konsumen, karena harga dapat mempengaruhi penilaian pada suatu produk yang akan dibeli.

Penetapan harga oleh perusahaan harus sesuai dengan lingkungan dan perubahan yang terjadi di tengah persaingan usaha yang semakin ketat. Selain itu penetapan harga juga harus sesuai dengan kualitas produk yang diberikan. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pengusaha ialah dengan memberikan harga yang terjangkau dengan kualitas produk yang baik serta dengan layanan khas yang berbeda dengan pesaing lainnya. Produk yang memiliki harga terjangkau dan kualitas yang baik akan banyak diminati oleh konsumen.

Volume penjualan adalah jumlah barang atau jasa yang terjual dalam proses pertukaran. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk diantaranya adalah memberikan layanan yang berkualitas dan promosi penjualan.

**Tabel 1.1: Data Penjualan pada rumah makan arjuna Tahun 2019-2022**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah penjualan (Rp.000)</b>
2018	72,481
2019	148,052
2020	136,898
2021	125,235
2022	166,079
2023	115,214
<b>Total</b>	<b>763,959</b>

**Sumber data:Rumah Makan Arjuna**

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa volume penjualan mengalami peningkatan dan penurunan, Peningkatan volume penjualan terbesar ditunjukkan pada tahun 2022 yaitu sebesar Rp. 166.079.000. Sedangkan untuk tahun 2018

sebesar 72,481.000 dan tahun 2020 sebesar 136,898,000 terus mengalami penurunan dan tahun 2019 mengalami peningkatan sebesar 148,052,000

Dari uraian diatas volume penjualan mengalami penurunan dari tahun 2018, tahun 2020, dan tahun 2021. Peneliti menduga karena kurangnya kualitas produk yang baik dengan harga terjangkau pada rumah makan arjuna.

## **1.2. Rumusan Masalah**

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan pada rumah makan arjuna di Desa Tahi Ite Kecamatan Rarowatu Kabupaten Bombana?
2. Apakah harga berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan pada rumah makan arjuna di Desa Tahi Ite Kecamatan Rarowatu Kabupaten Bombana?
3. Apakah Kualitas Produk dan harga berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan pada rumah makan arjuna di Desa Tahi Ite Kecamatan Rarowatu Kabupaten Bombana?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dalam meningkatkan volume penjualan pada rumah makan arjuna di Desa Tahi Ite Kecamatan Rarowatu Kabupaten Bombana
2. Untuk mengetahui pengaruh harga dalam meningkatkan volume penjualan pada rumah makan arjuna di Desa Tahi Ite Kecamatan Rarowatu Kabupaten Bombana

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga dalam meningkatkan volume penjualan pada rumah makan arjuna di Desa Tahi Ite Kecamatan Rarowatu Kabupaten Bombana

#### **1.4. Manfaat penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak lain, yaitu:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan atau informasi mengenai Pengaruh kualitas Produk dan Harga dalam meningkatkan volume penjualan pada rumah makan arjuna di Desa Tahi Ite Kecamatan Rarowatu Kabupaten Bombana

2. Bagi usaha

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dan pertimbangan bagi pengusaha dalam hal melakukan strategi usaha.

3. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai sumbangan pemikiran dalam dunia manajemen pemasaran dan menjadi salah satu bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.