

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan di dunia perdagangan saat ini terbilang sangat ketat. Banyak produsen barang dan jasa yang bersaing untuk menarik minat konsumen. Hal ini ditandai dengan munculnya perusahaan yang menawarkan jenis produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing dan promosi yang menarik dalam pemasaran. Untuk meningkatkan volume penjualan selain di butuhkan kinerja karyawan, Promosi dan Harga sangat berpengaruh di mata konsumen. Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan utama meningkatkan volume penjualan. Harga yang kompetitif akan mempengaruhi konsumen untuk memilih produk tersebut dibandingkan di perusahaan lain.

Unsur bauran pemasaran yang sering digunakan dalam persaingan bisnis Properti saat ini adalah promosi. Promosi merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang berfungsi dalam menginformasikan suatu produk dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Jika promosi tidak dilakukan dengan bagus, maka konsumen tidak akan tertarik untuk membeli produk suatu perusahaan. Promosi terdiri dari iklan, penjualan langsung, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat. Bauran promosi yang sering digunakan oleh perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bisnis properti saat ini adalah iklan

dan promosi penjualan,. Promosi merupakan kegiatan perusahaan yang tujuan utamanya untuk meningkatkan volume penjualan.

Penulis tertarik untuk mengangkat promosi penjualan di banding iklan karena, promosi penjualan menawarkan suatu produk dengan cara memberikan rangsangan supaya membeli. Sedangkan periklanan menawarkan suatu produk kepada konsumen dengan cara mengemukakan alasan supaya membeli. Apalagi saat ini, daya beli konsumen yang rendah akibat kenaikan-kenaikan harga menjadikan promosi penjualan menjadi cara yang tepat dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, karena promosi penjualan memberikan rangsangan langsung kepada konsumen dan konsumen dapat merasakan manfaat langsung dari promosi penjualan. Sehingga akan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara lebih cepat.

Selain itu kebijakan harga sangat menentukan dalam pemasaran sebuah produk, suatu produk tidak akan meningkat volume penjualannya jika harga produk tersebut tidak bersaing, selain itu juga karena harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi atau perusahaan. Jadi, tidak dapat dipungkiri bahwa harga merupakan suatu unsur penting, baik bagi perusahaan dalam mempengaruhi konsumen maupun bagi perusahaan dalam bertahan dalam persaingan, harga merupakan faktor yang dianggap paling menarik bagi konsumen dalam menentukan keputusan untuk membeli suatu produk. Penetapan harga yang tepat dapat mempengaruhi jumlah produk yang mampu dijual perusahaan. Banyak konsumen yang melihat harga dari pada kualitas produk tersebut, terbukti dengan tabel 1.1 dibawah ini.

Tabel 1.1
Data penjualan Perumahan di PT Kharisma Graha Jaya

Type Rumah	Cluster C	Cluster D	Total
	32.400 M ²	18.016 M ²	
Type 36/72	220 unit	19 unit	239 unit
Type 45/84	100 unit	17 unit	117 unit
Type 70/90	77 unit	45 unit	122 unit
Jumlah	397 unit	81 unit	578 unit

SUMBER: PT. Kharisma Graha Jaya Medan 2016

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa tipe rumah 36/72 Cluster C lebih banyak terjual dari pada Cluster D, sedangkan tipe rumah 45/84 Cluster C juga lebih banyak terjual 83 rumah dibandingkan Cluster D, pada tipe rumah 70/90 Cluster C masih unggul 32 unit rumah dibandingkan Cluster D. Dari tabel di atas juga dapat dilihat bahwa rumah tipe 36 atau Cluster C lebih banyak diminati karena selain harga rumah tipe tersebut yang lebih murah juga rumah tipe 36 tersebut bersubsidi, artinya adalah jika konsumen membeli rumah tipe 36 Cluster C, mereka akan mendapat subsidi dari pemerintah.

Berdasarkan fenomena yang penulis amati dan penulis lihat dilapangan, maka penulis ingin meneliti apakah benar seorang konsumen benar-benar memperhatikan harga dan promosi penjualan dalam memutuskan untuk membeli. Dan apakah memang harga dan promosi penjualan berpengaruh dalam keputusan

membeli suatu produk, maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Strategi Promosi dan Harga Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Konsumen Pada PT. Kharisma Graha Jaya Medan.”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah strategi promosi berpengaruh parsial peningkatan volume penjualan pada PT. Kharisma Graha Jaya Medan ?
2. Apakah harga berpengaruh parsial peningkatan volume penjualan pada PT. Kharisma Graha Jaya Medan ?
3. Apakah strategi promosi dan harga berpengaruh simultan peningkatan volume penjualan pada PT. Kharisma Graha Jaya Medan ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh strategi promosi secara parsial terhadap peningkatan volume penjualan pada PT. Kharisma Graha Jaya Medan.
2. Untuk mengetahui harga secara parsial terhadap peningkatan volume penjualan pada PT. Kharisma Graha Jaya Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh strategi promosi dan harga secara simultan terhadap peningkatan volume penjualan pada PT. Kharisma Graha Jaya Medan.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu proses pembelajaran serta pengaplikasian ilmu pengetahuan, terutama yang berhubungan dengan strategi promosi dan harga yang berkaitan dengan pengaruh terhadap peningkatan volume penjualan pada PT Kharisma Graha Jaya Medan bagi pihak peneliti sendiri sebagai pembelajaran dan pengalaman.

2. Bagi akademis instansi

Hasil penelitian diharapkan memberikan sumbangan saran, pemikiran dan informasi yang bermanfaat yang berkaitan dengan strategi promosi dan harga terhadap peningkatan volume penjualan pada PT Kharisma Graha Jaya Medan.

3. Bagi peneliti lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi tambahan atau untuk pengembangan ide – ide baru untuk penelitian selanjutnya, dan sebagai bahan pertimbangan organisasi atau instansi lain yang menghadapi permasalahan yang sama.

4. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan dapat memberikan kontribusi dengan cara meningkatkan minat beli konsumen melalui harga dan kualitas produk sehingga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan