

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia saat ini berjalan dengan pesat, sehingga menciptakan persaingan yang semakin ketat. Hal ini yang menuntut produsen untuk lebih peka, kritis dan kreatif terhadap perubahan yang ada, baik politik, sosial budaya, dan ekonomi. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat mencapai sukses dalam persaingan adalah berusaha untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan produk dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas. Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen.

Industri migas merupakan salah satu andalan utama perekonomian Indonesia, baik sebagai penghasil devisa maupun pemasok kebutuhan dalam negeri. Perkembangan proyek industri migas di Indonesia sendiri termasuk banyak. Baik dari sektor pemerintah ataupun swasta yang sedang terjadi di seluruh wilayah Indonesia. Masterflo sebuah perusahaan asal Kanada selaku pembuat produk, jasa, dan suku cadang untuk pengeboran migas yang cukup berhasil di Indonesia sejak tahun 1990 dibandingkan di negara-negara Asia lainnya, lebih memusatkan perhatiannya ke perusahaan-perusahaan migas di Indonesia untuk menaikkan jumlah konsumsi produk choke valve di Indonesia. Berikut ini adalah data penjualan choke valve Masterflo dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2018:

**Tabel 1.1 : Konsumsi choke valve Masterflo per unit periode tahun
2014- 2018**

Tahun	Unit
2014	88
2015	123
2016	48
2017	84
2018	78

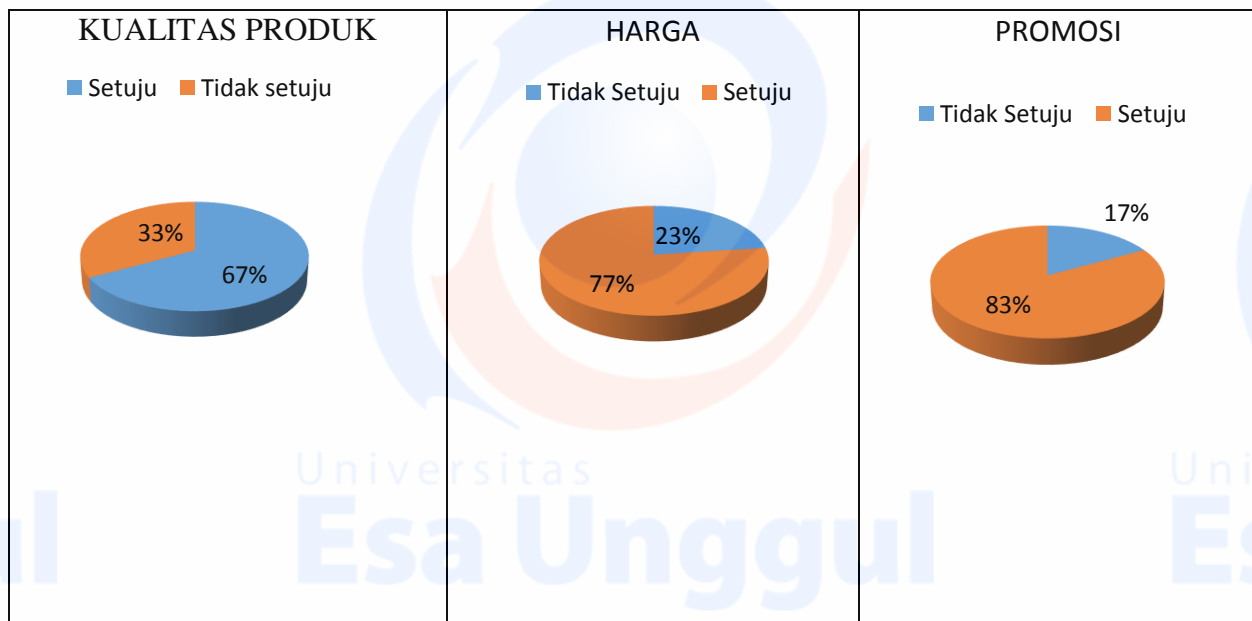
Sumber Data : Masterflo, 2019

Dari data tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa konsumsi produk choke valve Masterflo terjadi penurunan disebabkan oleh masa peralihan dari operator asing seperti Chevron, Total, dan Vico yang telah berakhir masa kontraknya kepada Pertamina (BUMN).

Untuk meningkatkan konsumsi produk choke valve Masterflo di Indonesia, Masterflo menerapkan strategi penjualan yang lebih inovatif. Salah satunya adalah menawarkan jasa survei lapangan dan pelatihan secara gratis untuk mendata kondisi choke valve Masterflo yang terpasang di lapangan. Untuk produk yang masih dapat diperbaiki

Masterflo akan merekomendasikan suku cadang agar dapat menunjang produksi migas yang maksimal. Sedangkan untuk produk yang tingkat kerusakannya tinggi Masterflo menyarankan penggantian produk. Keuntungan tambahan yang didapatkan oleh Masterflo adalah operator di lapangan lebih mengenal produk, pengoprasian, dan pemeliharaan choke valve Masterflo sehingga mereka menyarankan produk Masterflo untuk pembelian unit baru.

Untuk mengetahui pengalaman pengguna produk choke valve Masterflo di wilayah Indonesia yaitu perusahaan-perusahaan migas, peneliti membuat pra survei terhadap konsumen yang sudah pernah menggunakan produk dan jasa Masterflo yaitu sebanyak 30 responden yang berada di Indonesia atau perusahaan-perusahaan migas, melalui kuisisioner yang berisi beberapa pertanyaan dimensi kualitas produk dan disalurkan melalui media online seperti whatsapp, dikarenakan luas dan jauhnya lokasi penelitian yang tidak memungkinkan peneliti datang satu persatu. Peneliti melakukan pra survei berdasarkan dimensi dari pengalaman konsumen, sebagai berikut :



Sumber : Diolah oleh peneliti, 2019

Gambar 1.1. Hasil Pra Survey Kualitas Produk Choke Valve Masterflo Di Perusahaan-Perusahaan Migas Jakarta, Indonesia, Oktober 2019

Dari gambar 1.1 dapat dilihat bahwa hasil pra survei mengenai kualitas produk menunjukkan bahwa sebanyak 20 responden (67%) menjawab setuju dan sisanya sebanyak 10 responden (33%) menjawab tidak setuju mengenai pertanyaan "Apakah produk choke

valve Masterflo memiliki kualitas produk yang baik?”. Untuk pertanyaan yang diajukan berkaitan dengan harga choke valve Masterflo didapat dari hasil sebanyak 23 responden (77%) menjawab tidak setuju sedangkan sisanya 7 responden (23%) menjawab setuju mengenai pertanyaan “Apakah harga yang ditawarkan choke valve Masterflo sudah cukup terjangkau?”. Mengenai promosi menunjukkan bahwa sebanyak 25 responden (83%) menjawab tidak setuju dan sisanya 5 responden (17%) menjawab setuju mengenai pertanyaan “Apakah promosi yang dilakukan Masterflo sudah cukup baik?”. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk choke valve Masterflo sudah bagus akan tetapi pelanggan mengeluhkan adanya kekurangan dari segi maintenance sedangkan jika dilihat dari harga maka dapat disimpulkan harga choke valve Masterflo mahal. Dari segi Promosi choke valve Masterflo kurang banyak melakukan promosi dibandingkan dengan choke valve merek lainnya hasil pra survei yang dilakukan para pembeli dan pengguna choke valve Masterflo di Indonesia ini sejalan dengan data penjualan choke valve Masterflo. Dimana naik turunnya penjualan choke valve Masterflo dalam 5 tahun berturut-turut.

judul ***“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Choke Valve Masterflo”***.

1.2 Identifikasi Dan Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka terdapat beberapa masalah sebagai berikut :

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka terdapat masalah sebagai berikut :

1. Dengan makin bertambahnya produsen yang menjual choke valve di Indonesia, persaingan menjadi lebih ketat dan berdampak pada penjualan choke valve Masterflo yang semakin menurun.
2. Kualitas produk yang ditawarkan Masterflo sudah baik tetapi munculnya produk sejenis maka Masterflo harus berusaha untuk terus meningkatkan kualitas produk.
3. Meskipun kualitas produk Masterflo sudah terbukti baik, namun harganya yang relative lebih mahal dapat mempengaruhi keputusan pembelian

1.2.2 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah diperlukan untuk memfokuskan pada masalah yang akan diteliti, maka penelitian dibatasi pada :

1. Penelitian ini hanya meneliti pengaruh produk, harga, dan promosi terhadap choke valve Masterflo
2. Dalam penelitian ini dilakukan pada konsumen produk choke valve Masterflo di Perusahaan-Perusahaan Migas Indonesia.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi dan pembatasan masalah yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut

1. Apakah produk choke valve Masterflo berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah harga choke valve Masterflo berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah promosi choke valve Masterflo berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
4. Apakah produk, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian choke valve Masterflo?
5. Apakah Harga merupakan variabel yang dominan terhadap Keputusan Pembelian choke valve Masterflo?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh produk dari choke valve produk Masterflo terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga dari choke valve produk Masterflo terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi dari choke valve produk Masterflo terhadap keputusan pembelian.
4. Untuk mengetahui pengaruh produk, harga, dan promosi dari choke valve produk Masterflo terhadap keputusan pembelian.
5. Untuk mengetahui harga merupakan variabel yang dominan terhadap keputusan pembelian choke valve produk Masterflo.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan, dapat memberi manfaat antara lain :

Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari segi bertambahnya ilmu teoritis atau pengetahuan yang dapat digunakan sebagai acuan pembelajaran mengenai seberapa besar pengaruh produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian.
2. Hasil penelitian diharapkan dapat mendukung peneliti selanjut dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada konsumen produk Masterflo di Indonesia.

Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Dapat digunakan sebagai informasi mengenai pengaruh produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada jumlah penjualan perusahaan.

2. Konsumen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai alat dan informasi dalam memilih produk Masterflo sehingga konsumen memiliki gambaran terkait dengan produk.

3. Peneliti

Memperluas wawasan dan pengetahuan serta sebagai dasar implementasi teori-teori yang telah diperoleh selama proses perkuliahan untuk menganalisis perilaku konsumen sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya.

1.6 Ruang Lingkup Masalah

Penelitian ini hanya membahas masalah-masalah yang berhubungan dengan penjualan produk choke valve Masterflo kepada konsumen yang sudah pernah memakai produk choke valve Masterflo di Indonesia.