

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring meningkatnya persaingan bisnis di era globalisasi saat ini tidak terlepas dari pengaruh berkembangnya lingkungan ekonomi, sosial politik, serta kemajuan teknologi. Setiap perusahaan diharapkan dapat menyesuaikan diri serta mampu membaca situasi yang terjadi agar dapat mengelola fungsi-fungsi manajemennya dengan baik, mulai dari bidang produksi, bidang pemasaran, bidang sumber daya manusia, dan bidang keuangan sehingga perusahaan mampu lebih unggul dari para pesaingnya.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat mencapai kesuksesan dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang atau jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas. Dengan demikian, setiap perusahaan mampu memahami kelangsungan hidup perusahaan sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen.

Harga, promosi dan kualitas produk memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Salah satu keputusan yang sulit dihadapi suatu perusahaan adalah menciptakan promosi yang baik. Banyak pesaing juga memiliki promosi yang baik, menjadikan perusahaan harus selalu berinovasi dalam memberikan promosinya yang terbaik.

Penelitian ini mengambil objek salah satu produk minuman ringan yaitu Teh Botol Sosro. Sebagai perusahaan pelopor minuman teh dalam botol, PT. Sinar Sosro telah berhasil mengedukasi pasar untuk mengkonsumsi Teh Botol Sosro dan menjadikan teh kemasan diterima baik oleh pasar Indonesia. Adanya perbedaan kuantitas pembelian antara ruang lingkup pekerjaan penulis dengan ruang lingkup pendidikan penulis, penulis tertarik untuk menjadikan Teh Botol Sosro sebagai objek dari penelitian ini.

Salah satu produk di Indonesia yang telah mengalami perkembangan adalah industri makanan dan minuman, hal ini karena industri makanan dan minuman merupakan industri yang strategis dalam kontribusinya terhadap perekonomian Indonesia. Bisnis makanan dan minuman adalah salah satu aktivitas usaha yang menjual barang-barang kebutuhan primer dalam bentuk produk yang ditujukan pada konsumen untuk kebutuhan pribadi atau keluarga.

PT. Sinar Sosro adalah salah satu perusahaan produk minuman terkemuka di Indonesia yang produk unggulan dari perusahaan tersebut ialah Teh Botol Sosro. PT. Sinar Sosro adalah perusahaan teh siap minum dalam kemasan botol yang pertama di Indonesia dan di dunia. Produk unggulan PT. Sinar Sosro adalah Teh Botol Sosro kemasan botol beling atau sering disebut RGB (Returnable Glass Bottle) merupakan produk Teh siap minum yang pertama di Indonesia dan di Dunia yang sudah diluncurkan sejak tahun 1969.

Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian barang. Salah satu keunggulan dalam persaingan ini adalah harga, promosi dan kualitas produk yang dapat menciptakan minat konsumen untuk

memutuskan pembelian produk Teh Botol Sosro. Animo mahasiswa/i Universitas YARSI Fakultas Ekonomi dan Bisnis prodi Manajemen kepada produk Teh Botol Sosro lebih tinggi jika dibandingkan produk teh dalam kemasan siap minum yang lain.

Tabel 1.1. Top Brand 2018 Kategori Teh Dalam Kemasan Siap Minum

Merek	TBI	TOP
Teh Pucuk Harum	32.3%	TOP
Teh Botol Sosro	26.8%	TOP
Teh Gelas	9.6%	
Fretea	9.2%	

Sumber : www.topbrand-award.com, 2018

Dalam Islam, proses pengambilan keputusan ini diterangkan dalam beberapa ayat Al-Qur'an yang lebih bersifat umum, artinya bisa diterapkan dalam segala aktifitas. Selain itu, konsep pengambilan keputusan dalam Islam lebih ditekankan pada sikap adil. Hal ini disandarkan pada contoh sikap hakim yang harus tegas dan adil dalam memutuskan suatu perkara peradilan. Sebagaimana tertuang dalam Surat Al-Imran ayat 159 berikut:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ

الْمُتَوَكِّلِينَ ١٥٩

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu

maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya". (Q.S. Al-Imran (3) : 159)

Sebelum memutuskan untuk membeli produk hendaknya konsumen mengetahui terlebih dahulu kebutuhannya. Sehingga paham produk seperti apa yang dapat menyelesaikan kebutuhan tersebut. Selanjutnya, adalah hendaknya terlebih dahulu konsumen mencari informasi apakah produk tersebut baik atau tidak, serta apakah produk tersebut halal atau tidak untuk dikonsumsi. Hal inilah yang menjadi alasan betapa pentingnya mencari informasi terkait suatu produk.

Pentingnya untuk memilih produk yang halal juga dijelaskan dalam beberapa surat di dalam Al-Qur'an. Seperti yang terkandung dalam Surat Al-Baqarah ayat 168, yakni:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ

عَدُوٌّ مُّبِينٌ ١٦٨

Artinya: *"Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu". (Q.S. Al-Baqarah (2) 168)*

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa penting bagi umat Islam untuk mengkonsumsi segala sesuatu yang halal. Halal disini tidak hanya dari segi bahan yang terkandung, melainkan dari segi pengolahan serta cara mendapatkannya.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan membahasnya dalam bentuk skripsi dengan judul:

“Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Sinar Sosro Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam”.

1.2. Perumusan Masalah

Observasi lingkungan sekitar penelitian dengan para pedagang kaki lima dan kepada warung kelontong menunjukkan bahwa produk Teh Botol Sosro dikenal di kalangan Universitas YARSI. Produk Teh Botol Sosro memiliki banyak pembeli jika dibandingkan produk teh dalam kemasan lainnya. Dan juga, di lingkungan sekitar peneliti, banyak tempat makan yang disponsori oleh Teh Botol Sosro. Baik itu peralatan seperti meja bangku dan atap tempat makan tersebut terdapat logo Teh Botol Sosro.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk PT. Sinar Sosro?
2. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk PT. Sinar Sosro?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk PT. Sinar Sosro?
4. Bagaimana harga, promosi dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk PT. Sinar Sosro?
5. Bagaimana harga, promosi, kualitas produk dan keputusan pembelian produk PT. Sinar Sosro dalam sudut pandang Islam?

1.3. Tujuan Penelitian

Sebagaimana telah dijelaskan pada rumusan masalah, penelitian ini bermaksud untuk menguji pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Secara spesifik, tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Menguji dan mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada produk PT. Sinar Sosro.
2. Menguji dan mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada produk PT. Sinar Sosro.
3. Menguji dan mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk PT. Sinar Sosro.
4. Menguji dan mengetahui pengaruh harga, promosi dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pada produk PT. Sinar Sosro.
5. Untuk mengetahui pandangan Islam tentang harga, promosi, kualitas produk dan keputusan pembelian produk pada PT. Sinar Sosro.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan-tujuan tersebut, maka penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan wawasan tentang pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian

2. Bagi Peneliti Lain

Sebagai tambahan referensi yang dapat dijadikan bahan pertimbangan oleh peneliti lain yang melakukan penelitian di bidang yang sejenis dan masalah yang sama di masa yang akan datang.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini memberikan informasi, masukan serta pemikiran pada pihak perusahaan untuk menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan selanjutnya, terutama yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti pada penelitian ini yaitu harga, promosi, kualitas produk dan keputusan pembelian.