

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia usaha dewasa ini ditandai dengan makin tajamnya persaingan hal ini ditandai dengan munculnya perusahaan yang menawarkan produk yang berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif. Untuk dapat bertahan dari ketatnya persaingan dalam dunia usaha, salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah menetapkan strategi harga.

Pada dasarnya harga merupakan sebuah atribut dalam pengambilan keputusan konsumen untuk membeli suatu produk. Hal ini akan menyebabkan terjadinya persaingan harga dari berbagai merk yang tersedia di pasar, sehingga konsumen lebih sensitif terhadap perubahan harga cenderung akan beralih ke merek lain yang lebih murah. Banyak hal yang berkaitan dengan harga yang melatarbelakangi mengapa konsumen memilih suatu produk untuk dimilikinya. Konsumen memilih produk tersebut karena benar-benar ingin merasakan nilai dan manfaat dari produk tersebut, karena melihat kesempatan memiliki produk tersebut dengan harga yang lebih murah dari biasanya sehingga lebih ekonomis.

Hal ini dapat dilihat dari perkembangan usaha dewasa ini yang ditandai dengan semakin banyak persaingan, khususnya dalam pengelolaan unit usaha perusahaan. Dari semakin banyaknya perusahaan yang menawarkan berbagai macam produk dengan kualitas dan harga yang dapat bersaing dipasaran. Untuk mengatasi masalah persaingan tersebut maka perusahaan harus dapat menerapkan strategi yang

dapat meningkatkan penjualan produk mereka. Perusahaan juga harus meningkatkan kinerja perusahaan, termasuk peningkatan untuk dapat membangun kerjasama yang baik dengan para pelanggannya.

Volume penjualan juga bisa digunakan untuk menilai kinerja perusahaan terutama manajemen pemasarannya dalam hal pemasaran produk-produknya, dan volume penjualan dapat meningkat seiring dengan banyaknya permintaan dari pelanggan dan juga dipengaruhi oleh harga saat itu. Apabila volume penjualan meningkat, itu menandakan bahwa kebutuhan masyarakat akan produk tersebut meningkat.

Harga dapat mempengaruhi volume penjualan dan pendapatan suatu perusahaan. Oleh karena itu dalam menetapkan harga suatu produk, perusahaan harus pandai membaca kondisi yang ada di pasar dan menetapkan harga yang dapat bersaing sehingga dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan dan dapat terus mempertahankan bahkan lebih meningkatkan volume penjualannya dari tahun ke tahun. Berdasarkan data diatas, maka inilah yang membuat penulis tertarik untuk membahas lebih jauh tentang: “Pengaruh Harga Jual Produk Terhadap Volume Penjualan: Studi pada PT Rentang Buana Niaga Makmur.”

2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah harga jual Divan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada PT Rentang Buana Niaga Makmur?

2. Apakah harga jual Matras berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada PT Rentang Buana Niaga Makmur?
3. Apakah harga jual *Two in One* berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada PT Rentang Buana Niaga Makmur?
4. Apakah harga jual *Single Bed* berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada PT Rentang Buana Niaga Makmur?
5. Apakah harga jual Sandaran berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan PT Rentang Buana Niaga Makmur?
6. Apakah harga jual produk berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada PT Rentang Buana Niaga Makmur?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh harga jual Matras terhadap peningkatan volume penjualan pada PT. Rentang Buana Niaga Makmur.
2. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh harga jual Divan terhadap peningkatan volume penjualan pada PT. Rentang Buana Niaga Makmur.
3. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh harga jual *Two in One* terhadap peningkatan volume penjualan pada PT. Rentang Buana Niaga Makmur.
4. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh harga jual *Single Bed* terhadap peningkatan volume penjualan pada PT. Rentang Buana Niaga Makmur.
5. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh harga jual Sandaran terhadap peningkatan volume penjualan pada PT. Rentang Buana Niaga Makmur.

6. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh harga jual produk terhadap peningkatan volume penjualan pada PT. Rentang Buana Niaga Makmur.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Bagi penulis sendiri, selain untuk menambah wawasan keilmuan atas penerapan teori yang dimiliki terhadap aplikasinya di lapangan.
2. Sebagai bahan informasi/masukan bagi pemimpin perusahaan untuk mempertimbangkan kebijakan khususnya tentang harga terhadap peningkatan volume penjualan.
3. Bagi semua kalangan, khususnya rekan-rekan mahasiswa, penulis berharap agar penelitian yang serba terbatas ini dapat menjadi masukan yang bermanfaat serta memunculkan ide dan konsep baru dalam penelitian selanjutnya sehingga penelitian nanti akan jauh lebih baik lagi.