

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan perkembangan teknologi internet membawa dampak yang besar bagi segala aspek kehidupan, pertumbuhan jumlah pengguna internet yang semakin pesat dapat menjadi peluang yang baik untuk dimasuki para pembisnis. Di Indonesia, salah satu penggunaan media sosial adalah untuk media promosi penjualan toko *online*, salah satu toko *online* yang menggunakan media sosial sebagai penjualan barang dan jasa adalah toko *online* chasperdekor.id.

Chasperdekor.id merupakan salah satu Usaha yang berada di Sumatera Utara tepatnya di Kecamatan Tanjung Morawa, Usaha ini menjual barang atau jasa untuk keperluan dekorasi seperti ulang tahun, aqiqah, tunangan, bridel shower dan *anniversary*. Chasperdekor.id berdiri sejak tahun 2017 sampai dengan sekarang. Konsumen yang menggunakan jasa Chasperdekor.id merupakan orang tua, remaja dan anak-anak yang bertempat tinggal di Kota Medan dan sekitarnya. Charperdekor.id melakukan promosi melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, Whatsapp dan lain-lain. Harga yang diberikan oleh chasperdekor.id lebih terjangkau dari pada dekorasi lainnya seperti Athena dekorasi dan Rumah balon.

Minat beli konsumen merupakan kegiatan yang dilakukan responden ketika memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa. Model perilaku konsumen yang

terperinci menjelaskan bahwa rangsangan pemasaran terdiri dari variabel bauran pemasaran, yaitu produk, harga, lokasi, promosi sebagai komponen utama pemasaran.

Konsumen merupakan hal yang sangat penting untuk memajukan suatu bisnis sehingga pemilik usaha chaspdekor.id harus menjaga hubungan baik dengan konsumen yang sudah ada dan lebih kreatif serta bekerja keras agar menarik minat calon konsumen baru untuk menggunakan jasanya. Oleh karena itu pelaku usaha wajib memperhatikan keinginan konsumen itu sendiri, karena dengan mengetahui keinginan konsumen tersebut maka pelaku usaha dapat menyusun strategi pemasaran yang tepat, yang artinya dapat memuaskan konsumen dan menarik konsumen baru untuk menggunakan jasa chasperdekor.id.

Berdasarkan hasil wawancara penelitian secara langsung kepada 5 orang kosumen yang menggunakan jasa dari usaha Chasperdekor.id. Menurut hasil testimoni dari pihak konsumen merasa senang dan bahagia dikarenakan sifat yang ramah pemilik usaha tersebut dan harga terjangkau. Serta sesuai dengan keinginan yang di pesan. Hasil dari dekorasi yang dilakukan seperti acara ulang tahun, tunangan, *bridal shower*, *anniversary*, konsumen langsung menyebarluaskan di media sosial hasil dari jasa chasperdekor.id. Sehingga Chasperdekor.id banyak diminati konsumen.

Menurut Arsyanti, Astuti (2016:1) Setiap toko *online* berlomba-lomba memberikan fasilitas dan penawaran terbaik kepada para konsumen, salah satu cara untuk mempertahankan kelangsungan bisnis di tengah banyaknya persaingan penjualan *online* dengan menjaga kualitas produk agar konsumen merasa puas.

Dengan terciptanya kepuasan konsumen diharapkan mampu membuat toko *online* Chasperdekor.id mempertahankan konsumen.

Salah satu faktor yang berperan penting dalam persaingan dalam dunia bisnis adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan hal terpenting yang harus dimiliki setiap bisnis, untuk memenuhi kebutuhan konsumen, bisnis harus meningkatkan kualitas produk. Semakin berkembangnya pengetahuan konsumen dalam memilih dan mempertimbangkan kualitas produk memungkinkan pembisnis untuk terus meningkatkan kualitas produknya. Ini mencakup upaya untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas mencakup produk, layanan, orang, proses, dan lingkungan. Kualitas adalah kondisi yang terus berubah. Misalnya, apa yang menjadi kualitas saat ini dapat dianggap menjadi kualitas terbaik di masa depan.

Berdasarkan hasil wawancara awal dengan 5 (lima) orang konsumen yang sudah pernah menggunakan dekorasi Chasperdekor.id menyatakan bahwa beberapa tahun yang lalu Chasperdekor.id memiliki kualitas produk yang tidak kalah dengan pesaing seperti banner, balon, tumbler, spanduk, kain, makanan, serta alat-alat dekorasi lain yang mendukung. Namun, saat *Covid* 19 melanda Indonesia membuat produk atau alat-alat dekorasi tidak terpakai sehingga mengalami kerusakan, saat ini Chasperdekor.id sedikit tertinggal dengan pesaing dimana konsumen melakukan pertimbangan untuk melakukan pemesanan kembali di Chasperdekor.id.

Permasalahan yang terjadi dengan kualitas produk berdasarkan *survey* awal yang dilakukan melalui wawancara secara langsung kepada pemilik usaha Chasperdekor.id, ia mengatakan bahwa sejak awal mula membuka usaha tersebut

pada tahun 2017 tidak terlalu banyak masalah terhadap produknya dikarenakan barang-barang tersebut ketika adanya pemesanan untuk dekorasi maka baru dilakukan pembelian barang seperti balon, spanduk, tirai, banner dan lainnya. Sedangkan barang seperti *stand* kue, kain, dan alat dekorasi lainnya bisa bertahan dalam jangka waktu yang lama serta bisa digunakan beberapa kali, pemilik juga merawat alat-alat dekorasi agar selalu dalam keadaan baik dan layak pakai, apabila warna *stand* kue sudah memudar maka di cat kembali agar *stand* terlihat menarik dan layak digunakan. Seiring berjalannya waktu pada tahun 2020 Indonesia terdampak *covid-19* maka pemesanan menjadi turun drastis barang-barang tidak terpakai dan disitulah permasalahan produk yang sangat besar dikarenakan apabila disimpan terlalu lama barang dekorasi menjadi tidak layak digunakan. Berdasarkan hasil wawancara kepada pemilik usaha Chasperdekor.id menyatakan pendapatan mulai awal membuka usaha Chasperdekor.id pada tahun 2017 kurang lebih Rp. 1.500.000, pada tahun 2018 memiliki pendapatan kurang lebih Rp. 20.000.000, pada tahun 2019 pendapatan semakin meningkat menjadi kisaran Rp. 45.000.000, pada tahun 2020 saat awal *covid-19* melanda Indonesia pendapat menurun menjadi Rp. 10.000.000, pada tahun 2021 Chasperdekor.id memiliki pendapatan kisaran kurang lebih Rp. 8.000.000, pada tahun 2022 Chasperdekor.id miliki pendapatan kisaran Rp. 10.000.000, yang dimana pada tahun 2022 Chasperdekor.id mengalami ketertinggalan dengan dekorasi lain.

Menurut Mawarsari (2018:19) promosi adalah sebuah program yang dijalankan dari metode komunikasi yang dirancang untuk menunjukkan perusahaan dan produk-produknya kepada calon konsumen, yang memuaskan kebutuhan untuk mendorong

penjualan yang pada akhirnya memberi kontribusi pada kinerja laba jangka panjang serta dari promosi konsumen lebih mengetahui tentang suatu produk atau jasa dan menarik konsumen untuk menggunakannya.

Menurut Sundalangi, Mandey, Jorie (2014:316) Fungsi chasperdekor.id melakukan promosi dalam pemasaran adalah memperkuat dorongan kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap semua produk untuk mencapai kepuasan konsumen. Segala daya upaya iklan dengan gaya bahasa menarik dapat membuat konsumen ingin membelinya.

Permasalahan pada daya tarik promosi di dalam usaha Chasperdekor.id, 5 orang konsumen menyatakan bahwa Chasperdekor.id pernah menggunakan selebgram untuk mempromosikan penjualan dan sering melakukan promosi dengan desain yang cukup menarik di media sosial namun beberapa waktu lalu pemilik sudah jarang melakukan promosi lagi, karena semenjak *Covid-19* yang melanda Indonesia maka pemesanan dari usaha Chasperdekor.id sangat sedikit bahkan sampai 2 (dua) bulan tidak ada sehingga menyebabkan pendapatan menjadi menurun.

Pemilik usaha tersebut mengatakan dalam melakukan promosi menggunakan media sosial baik itu di Instagram, Facebook, Whatsapp. Permasalahan yang menjadi tolak ukur yang sangat penting ialah desain dalam memberikan informasi di media, karena desain merupakan hal yang sangat penting juga. Selain itu dengan memberikan promo di hari besar, karena di hari besar banyak yang melakukan pemesanan untuk acara ulang tahun. Pemberian dalam daya tarik promosi harus dilakukan dengan mengetahui harga barang yang dipesan dan memberikan harga

dalam pembuatan dekorasi tersebut, dikarenakan harga barang terkadang naik saat melakukan promosi, maka dari itu pemilik usaha harus mengetahui nilai harga barang disesuaikan dengan promosi penjualan yang ditawarkan. Promosi penjualan biasanya berlangsung selama jangka waktu tertentu dan dirancang untuk mencapai tujuan yang ditetapkan seperti membantu memperkenalkan model baru dari dekorasi tersebut atau untuk menarik pelanggan dari pesaing, dengan menggunakan jasa salah satu selebgram Medan untuk mempromosikan usaha dari Chasperdekor.id.

Tujuan utama dari promosi penjualan adalah untuk menghabiskan stok lama, membuat pembeli potensial mencoba produk, meningkatkan pembelian konsumen tetap, mengganggu peluncuran produk pesaing, memberikan daya tarik berupa manfaat jangka panjang menciptakan kesadaran pelanggan dari sebuah produk, menciptakan daya tarik produk (Yudha, Suprapti 2018:1806)

Harga adalah komponen terpenting dari suatu produk atau jasa dan harga dapat mempengaruhi keuntungan. Harga memegang peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli atau menggunakan suatu jasa, sehingga dapat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk atau jasa.

Potongan harga yang diberikan oleh pemilik usaha sangat bervariasi sesuai dengan model yang diinginkan konsumen, potongan harga dapat diberikan jika konsumen membeli dengan jumlah besar, melakukan pesanan dari jauh hari serta potongan harga sering dilakukan oleh pemilik usaha saat mendekati hari-hari besar seperti : Idul fitri, Tahun baru, dibulan kelahiran pemilik usaha dan hari besar lainnya.

Permasalahan pada potongan harga dalam usaha Chasperdekor.id, ia mengatakan bahwa semakin tinggi potongan harga yang diberikan akan semakin tinggi pula minat beli tersebut. Sebaliknya, apabila konsumen diberikan potongan harga yang rendah, maka minat belinya juga rendah dan melakukan pertimbangan. Untuk produk yang lama saat melakukan dekorasi chasperdekor.id memberikan *discount* 15% sampai dengan 25% agar barang tersebut bisa terpakai. Karena terkadang pihak konsumen yang ingin memesan untuk dekorasi sesuai dengan keinginannya. Sehingga chasperdekor.id harus membeli barang model terbaru, akan tetapi jika barang tersebut sudah dimiliki oleh chasperdekor.id dan barang itu sudah terlalu lama seperti kain, *stand* kue dan alat dekorasi pendukung lainnya maka diberikan *discount* tersebut.

Potongan harga yang diberikan oleh pemilik usaha Chasperdekor.id membuat konsumen berminat menggunakan jasanya dimana untuk paket dekorasi besar memiliki harga Rp. 4.500.000 (empat juta lima ratus ribu rupiah) sedangkan pemilik dekorasi lain memberikan harga diatas Rp 5.000.000 (lima juta rupiah) untuk paket besar, dengan potongan harga yang diberikan konsumen lebih tertarik menggunakan jasa dekorasi Chasperdekor.id

Chasperdekor.id juga memberikan potongan harga apabila konsumen sudah menjadi pelanggan yang sering menggunakan jasanya, serta komunikasi terhadap konsumen sangat ramah dalam proses penjualan produk atau jasa. Potongan harga juga diberikan kepada konsumen apabila memesan paket besar dan sudah memesan dari jauh hari. Chasperdekor memberikan *discount* 10% apabila pelanggan melunasi

harga dekorasi tersebut hari acara tiba. Potongan harga juga diberikan apabila mengenai jarak tempuh yang dekat dan juga konsumen yang sudah sering menggunakan jasa dekorasi Chasperdekor.id.

Menurut Hidayat (2021:2) dengan adanya kualitas produk, daya tarik promosi dan potongan harga tentunya akan mempengaruhi rasa kepercayaan konsumen untuk menggunakan jasa dekorasi di Chasperdekor.id.

Dari uraian diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan mengangkat judul **"Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi dan Potongan Harga terhadap Minat Konsumen menggunakan jasa dekorasi (Studi kasus pada toko *online* Chasperdekor.id)"**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan dalam latar belakang masalah, maka penulis mengidentifikasi masalah kedalam pokok-pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat konsumen menggunakan jasa dekorasi Chasperdekor.id?
2. Apakah daya tarik promosi berpengaruh terhadap minat konsumen menggunakan jasa dekorasi Chasperdekor.id?
3. Apakah daya tarik potongan harga berpengaruh terhadap minat konsumen menggunakan jasa dekorasi Chasperdekor.id?

4. Apakah kualitas produk, daya tarik promosi dan potongan harga secara simultan berpengaruh terhadap minat konsumen menggunakan jasa dekorasi Chasperdekor.id?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat konsumen menggunakan jasa dekorasi Chasperdekor.id.
2. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik promosi terhadap minat konsumen menggunakan jasa dekorasi Chasperdekor.id.
3. Untuk mengetahui pengaruh potongan harga terhadap minat konsumen menggunakan jasa dekorasi Chasperdekor.id.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, daya tarik promosi, dan potongan harga terhadap minat konsumen menggunakan jasa dekorasi Chasperdekor.id.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan dan dapat digunakan sebagai tambahan referensi penelitian selanjutnya.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai pelengkap sumber referensi untuk mengetahui lebih dalam lagi tentang bagaimana suatu pemasaran, terutama di bidang ekonomi manajemen.

3. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memperluas wawasan mahasiswa mengenai strategi pemasaran dan mempelajari pasar pasar serta mempelajari perilaku konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. perkembangan ekonomi global semakin berkembang sehingga mahasiswa yang memiliki usaha harus lebih kreatif dalam memasarkan kualitas produk baik dari segi produk, promosi serta harga.

4. Bagi Pemilik Usaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pemilik usaha untuk mengetahui keefektifan kualitas produk, daya tarik promosi dan potongan harga agar pemilik usaha dapat melakukan evaluasi dan memperbaiki kualitas produk, daya tarik promosi dan potongan harga yang dimilikinya.