

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

CV (commanditaire vennotschap) di Indonesia memiliki peran yang sangat penting termasuk dalam kesempatan pembukaan lapangan pekerjaan. Hal ini berdasarkan pada kenyataan yang ada di Indonesia bahwa tingkat pengangguran sangat tinggi atau jumlah angkatan kerja di Indonesia sangat melimpah mengikuti jumlah penduduk yang sangat besar sehingga walaupun dengan usaha yang besar pada kenyataannya para pencari kerja belum mampu menyerap semua pencari kerja. (dpd.go.id,2021).

Pada saat ini industry kecil sangat berkembang pesat di masyarakat seiring dengan perkembangan kemajuan teknologi dan permintaan pasar yang pada jenis produk tertentu. Pengaruh CV (commanditaire vennotschap) di tengah- tengah masyarakat sangatlah besar, terutama dalam memberdayakan masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan baik karena kurangnya pendidikan maupun pencari kerja yang sudah berusia tidak produktif. Setidaknya individu dari masyarakat dapat memenuhi kebutuhan pribadinya dan jauh dari kemiskinan atau bahkan juga dapat membantu menggerakkan sector lain seperti jasa transportasi jasa periklanan, pemasaran dan bahkan design bila diperlukan. Saat ini ada banyak perusahaan untuk menguasai pangsa pasar yang ada, yaitu dengan cara membuat perencanaan pemasaran yang baik demi mendapatkan pencitraan yang positif di benak konsumen. Setiap usaha masing-masing berlomba meningkatkan dan mempertahankan pelanggan yang ada. Selain itu keberhasilan usaha dalam mencapai kinerja yang optimal secara terus menerus ditentukan oleh seberapa besar para pelaku usaha mampu berinovasi agar dapat terus bertahan dan mampu bersaing di dunia bisnis. Kompetisi bisnis saat ini sangat menjadi kompetitif dalam prakteknya baik bisnis sejenis maupun bidang bisnis lain.

Adapun salah satu usaha yang menarik dan sangat banyak berkembang dan bersaing pada jaman ini adalah usaha Catering. Usaha catering ini selain menyasar pada acara perhelatan perkawinan dan acara-acara perusahaan, banyak juga melayani

pabrik, catering karyawan termasuk off store serta pusat pendidikan dan pelatihan (pusdiklat) di berbagai instansi pemerintah dan swasta. Kreativitas dan kepandaian mengolah menu-menu nusantara menjadi tantangan tersendiri sehingga jasa yang ditawarkan tetap banyak diminati konsumen. Banyaknya bisnis catering disebabkan oleh pebisnis-pebisnis yang melihat banyak peluang di dalam bisnis catering ini. Dalam bisnis catering ini terlihat jelas kebutuhan – kebutuhan akan jasa catering di setiap waktu, karena banyaknya acara yang membutuhkan jasa catering yang berkualitas dan terpercaya. Walaupun memulai bisnis ini tidaklah mudah, namun hal ini menjadi dasar pebisnis menjadi sangat antusias untuk memasuki dunia bisnis. (menpan.go.id, 2023).

Melihat persaingan yang sangat ketat dan terus meningkat, maka semakin banyak pula bagi konsumen pilihan yang tersedia, dengan begitu konsumen dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya dan setiap pelaku usaha harus terus berusaha untuk meningkatkan kinerja dan kualitas usahanya untuk mencapai tujuan. Menurut Kotler (2019), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Setiap industri menetapkan harga dalam berbagai macam metode. Selain harga, maka variabel yang berpengaruh adalah distribusi dan promosi. Distribusi merupakan keseluruhan sistem konsumsi pembeli. Distribusi adalah kegiatan dalam menjalankan sebuah usaha. Distribusi merupakan suatu proses pengiriman barang dari suatu depot ke konsumen. Dalam proses distribusi, kepuasan konsumen sangat berpengaruh terhadap keberhasilan produk. Salah satu faktor kepuasan konsumen adalah ketika barang sampai ke konsumen dengan tepat waktu dan produk sesuai dengan yang diharapkan. Pemasalahan distribusi menjadi sangat penting karena berhubungan dengan biaya transportasi yang sangat berpengaruh terhadap total biaya produksi yang menjadi kunci keberhasilan penjualan dan kepuasan konsumen. Secara garis besar, pendistribusian dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (Tjiptono, 2008).

Adapun promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk aktivitas pemasaran dengan berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk

,dan/atau meningkatkan pasar sasaran perusahaan dan produknya sehingga yang bersangkutan dapat menerima,membeli dan loyal terhadap perusahaan yang bersangkutan.promosi ditujukan untuk mendorong permintaan konsumen dan mebanu penjualan dalam peasaran (Warnadi,Dan Aristryono,2019)

Berkaitan dengan pentingnya harga jual,distribusi dan promosi terhadap peningkatan volume penjualan ,maka hal ini menjadi perhatian yang sangat penting bagi usaha catering rumiris bekasi timur.Yakni usaha yang bergerak untuk melayani pemesanan berbagai macam makanan dan minuman siap saji untuk pesta maupun kebutuhan dalam suatu instansi dengan skala yang besar.Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi persaingan yang sangat ketat dengan usaha catering lainnya serta untuk terus meningkatkan jumlah pemesanan makananan maupun minuman ,maka perlu melakukan evaluasi mengenai penetapan harga jual ,biaya distribusi dan biaya promosi yang akan di keluarkan oleh pemilik bisnis Catering Rumiris Bekasi Timur.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas,maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah harga mempengaruhi volume penjualan terhadap Rumiris Catering Bekasi dan sebesar apa pengaruh harganya?
2. Apakah distribusi mempengaruhi volume penjualan terhadap Rumiris Catering Bekasi dan sebesar apa pengaruh distribusinya?
3. Apakah promosi mempengaruhi volume penjualan terhadap Rumiris Catering Bekasi dan sebesar apa pengaruh promosinya?

1.3. Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap volume penjualan .
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh distribusi terhadap volume

penjualan.

3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap volume penjualan .

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini guna untuk bermanfaat bagi:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bukti bahwa peneliti mendalami dan menggunakan ilmu yang dipelajari Selama menempuh pendidikan S1 manajemen di Sekolah tinggi ilmu ekonomi Indonesia, Jakarta. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan pemahaman bagi ilmu manajemen pemasaran dalam mendalami pengaruh harga, biaya distribusi, dan biaya promosi terhadap penjualan.

2. Bagi Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan bisa berguna untuk dijadikan rujukan, sumber informasi dan menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya agar bisa lebih dikembangkan untuk meningkatkan kualitas hasil penelitian. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebuah tolak ukur untuk penelitian lebih lanjut mengenai harga, biaya distribusi, dan biaya promosi terhadap volume penjualan.

3. Bagi masyarakat

Agar dapat memperoleh gambaran dan masukan terhadap evaluasi harga, biaya distribusi dan biaya promosi terhadap volume penjualan. Masyarakat akan lebih mengetahui seberapa pengaruh Harga, Biaya Distribusi dan Biaya Promosi tersebut terhadap keberhasilan usaha atau bisnis.

4. Bagi perusahaan

Diharapkan dapat berguna bagi penerapan kebijakan harga dan biaya distribusi juga biaya promosi sehingga dapat meningkatkan volume penjualan untuk kemajuan perusahaan.