

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

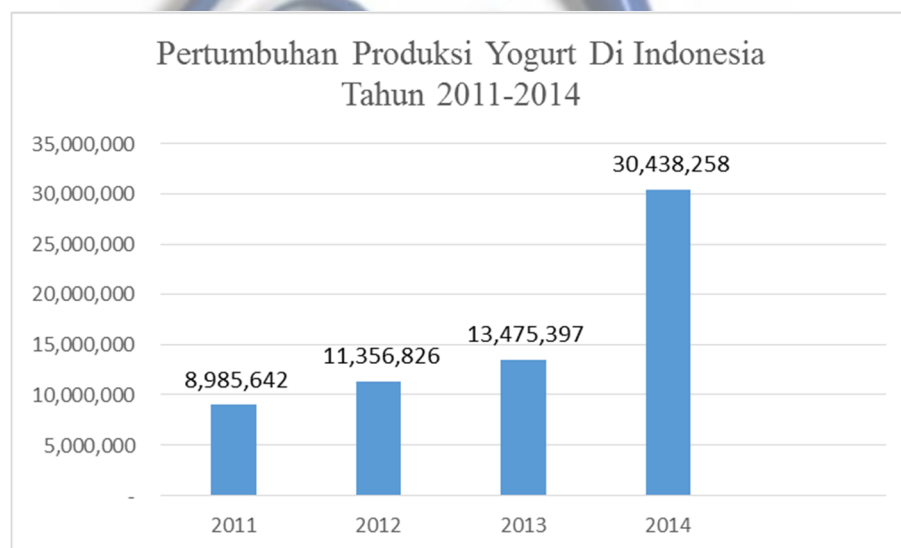
Seiring dengan era globalisasi sekarang yang semakin maju, maka pencemaran polusi yang ditimbulkan oleh pabrik, kendaraan maupun rumah tangga semakin meningkat. Akhirnya tingkat kesehatan pada tubuh seseorang pun akan semakin berkurang, apalagi jika tidak diimbangi dengan hidup sehat, makan yang cukup serta olahraga teratur.

Untuk itu salah satu perusahaan yang bergerak dibidang produk minuman kesehatan PT.Heavenly Nutrition Indonesia di Bandung mengajak setiap orang untuk lebih memperhatikan kesehatan, terutama pencernaannya guna mendapatkan pola hidup yang sehat. Salah satu caranya yaitu dengan mengkonsumsi yogurt. Dengan mengkonsumsi yogurt secara rutin sekaligus dengan asupan nutrisi lainnya yang bergizi, kami berharap angka penderitaan penyakit yang di sebabkan oleh gangguan pencernaan, seperti kanker kolon dapat berkurang.

Bertambah majunya ilmu pengetahuan dan teknologi, serta semakin tingginya tingkat persaingan dalam dunia bisnis, menuntut setiap pelaku usaha untuk dapat bersaing dan menyusun strategi yang efektif untuk menjamin kelangsungan bisnisnya. Persaingan tidak lagi memandang besar kecilnya bisnis, dalam upaya mempertahankan keberlangsungan dan berkembangnya usaha, pelaku bisnis dituntut untuk giat melakukan pemasaran aktif, yang mengharuskan para pelaku usaha untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen. Para pelaku usaha juga dituntut untuk memahami budaya konsumen serta gaya hidup konsumen. Melalui pemahaman tersebut, pelaku usaha mengharapkan adanya strategi pemasaran tentang perilaku dan motif belanja konsumen. Motivasi belanja konsumen biasanya memberikan nilai lebih terhadap strategi pemasaran yang dikemas para pelaku bisnis saat ini.

Dewasa ini usaha minuman kesehatan semakin banyak tersebar di seluruh Indonesia, khususnya di Jawa Barat. Persaingan bisnis ritel di Bandung semakin hari semakin kompetitif, perusahaan berlomba lomba untuk memperluas jaringan dengan memproduksi minuman kesehatan seperti yogurt agar masyarakat dapat mengenal lebih jauh mengenai produk yogurt serta manfaat yogurt untuk kesehatan tubuh. Hal ini dapat dilihat dengan bermunculan produk home made bahkan produk impor lainnya.

Berikut perkembangan produksi yogurt di Indonesia serta laju pertumbuhannya dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2014 dapat dilihat pada Gambar 1.1 di bawah ini.



Sumber : Badan Pusat Statistik, 2015

Gambar 1.1 Pertumbuhan Produksi Yogurt Di Indonesia Tahun 2011-2014

Gambar 1.1 di atas menunjukkan adanya peningkatan produksi yogurt setiap tahunnya. Dilihat dari laju pertumbuhannya yang semakin tinggi, mengindikasikan adanya peningkatan jumlah produsen dalam industri yogurt dan potensi peningkatan konsumsi yogurt.

Tingginya kebutuhan yogurt dalam negeri memberikan peluang pasar bagi industri yogurt di Indonesia. Kondisi ini mendorong adanya persaingan pasar yang semakin ketat. Menurut (Susanto, 2011:57), "*kemampuan perusahaan untuk*

*bertahan hidup di pasar tergantung pada kemampuan untuk bersaing”.*

Industri pengolahan yogurt di Indonesia sudah mulai berkembang dan mendorong persaingan yogurt semakin pesat. Hal tersebut menjadi suatu tantangan bagi para produsen yogurt yang harus bersaing untuk meningkatkan pangsa pasar. Peluang usaha untuk memproduksi yogurt tidak hanya dimiliki oleh industri-industri pengolahan berskala besar, namun industri pengolahan berskala kecil dapat memanfaatkan peluang tersebut.

PT.Heavenly Nutrition Indonesia berdiri pada tahun 2008, Pabriknya berlokasi di Sentul Bogor. Heavenly Blush adalah satu-satunya yogurt dengan Sinbiotik sistem Yogurt drink di Indonesia yang mengandung bakteri baik LA5 & BB12 serta inulin, mengandung 14 vitamin dan 11 mineral, non-fat dikombinasikan dengan jus buah dan sayur asli yang kaya akan antioksidan dilengkapi potongan buah asli yang menyehatkan pencernaan serta aman dikonsumsi bagi penderita diabetes. Heavenly Blush Yogurt merupakan salah satu yogurt yang pernah mendapatkan penghargaan dengan nominasi Packaging terbaik seAsia.

Berikut ini adalah jenis produk heavenly blush yogurt yang ditawarkan oleh PT.Heavenly Nutrition Indonesia :

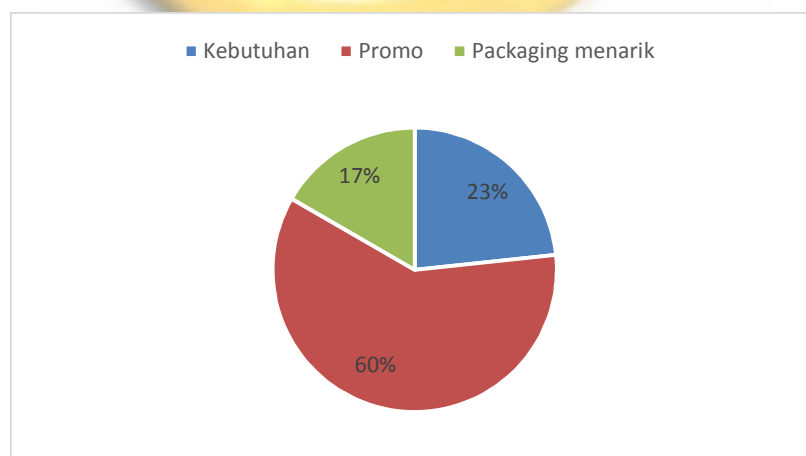


Gambar 1.2  
Produk Heavenly Blush

Heavenly Blush menawarkan berbagai jenis varian rasa diantaranya *strawberry pome, peach mango, mix berries* dan *mangosteen guanabana* yang memiliki rasa yang enak dan segar serta kaya manfaat selain itu heavenly blush juga menawarkan beberapa produk seperti Greek, snack bar dan macam lainnya.

Hal ini yang menjadikan konsumen memilih heavenly blush karena selain memiliki kualitas produk yang baik heavenly blush juga memiliki varian dalam menentukan pilihan produk rasa.

PT.Heavenly Nutrition Indonesia membidik target Supermarket atau pusat perbelanjaan yang berlokasi di Mall , tempat Gym, Salon , Cafe ,Hotel , Restoran dan Pasar Swalayan yang ada di dalam kompleks perumahan. Dengan konsep menengah keatas tentunya Produk Yogurt Heavenly Blush harus dapat memenuhi kebutuhan konsumen dari kelebihan yang ada pada produk tersebut. Hal tersebut diperkuat oleh hasil pra survey yang dilakukan oleh peneliti pada hari rabu tanggal 25 Oktober 2017 pada pukul 15.00 - 20.00 WIB, peneliti mengambil sample 30 responden konsumen heavenly blush secara acak. Dari tiga puluh responden menyatakan bahwa 7 orang membeli produk sesuai dengan kebutuhan, 18 orang menyatakan bahwa membeli produk karena adanya promo dan, 5 orang menyatakan bahwa membeli produk karena packaging yang menarik. Dari 30 responden seluruhnya sudah pernah membeli produk heavenly blush lebih tiga sampai empat kali. Berdasarkan hasil pra survey tersebut dapat disimpulkan bahwa promosi heavenly blush sudah baik di mata konsumen berdasarkan pengalaman yang mereka rasakan sebelumnya. Berikut ini diagram hasil pra survey yang dilakukan peneliti:

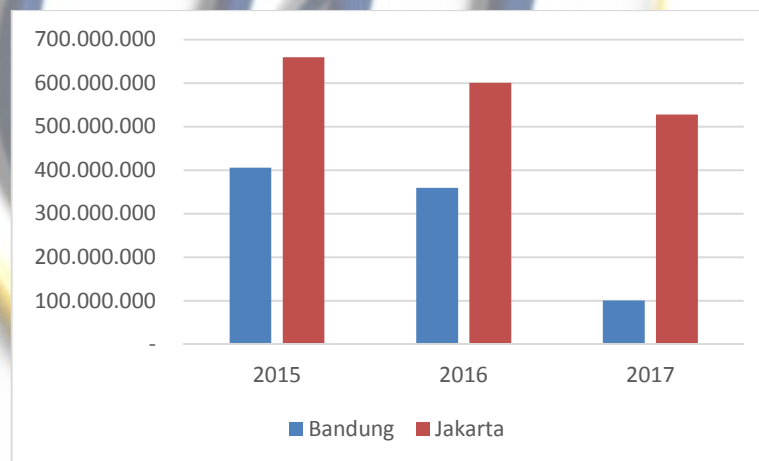


Sumber: Hasil Pra-survey Peneliti

Gambar 1.3  
Hasil Survey Alasan Konsumen membeli Heavenly Blush

Minat beli konsumen sangat di perlukan oleh sebuah perusahaan karena perusahaan bisa mencapai target penjualan yang diinginkan, adapun minat beli itu sendiri sangat dipengaruhi oleh promosi penjualan dan iklan, karena dengan kedua sarana tersebut akan menunjang sebuah target perusahaan yang diharapkan.

Promosi penjualan yang diberikan heavenly blush dapat diterima konsumen dan menjadi alasan mereka untuk membeli kembali. Dari sinilah terbentuk promosi yang menarik dimata konsumen. Namun, hal tersebut tidak selamanya menjadi tolak ukur meningkatnya suatu penjualan. Hasil wawancara peneliti dengan marketing Heavenly Blush pada hari senin tanggal 23 Oktober 2017 menyatakan bahwa adanya perbedaan omset yang didapat dari cabang bandung dan jakarta. Berikut adalah data omset heavenly blush dalam 3 tahun terakhir.



Sumber : Data Internal *Heavenly Blush*

Gambar 1.4  
Omset Heavenly Blush Jakarta dan Bandung Tahun 2015 - 2017

Dari data diatas menunjukkan bahwa perusahaan mengalami penurunan penjualan selama 3 tahun terakhir, perusahaan mengalami minus growth sebanyak -22% untuk wilayah Jakarta, dan -72% untuk wilayah Bandung.

Peneliti menemukan fenomena adanya Gap yang cukup besar antara Heavenly Blush Jakarta dan Bandung, bahkan adanya penurunan omset pada tahun 2017, dimana keduanya memiliki produk yang sama. Pada tanggal 04 November

2017 bertempat outlet cabang yogya riau junction dan mall kelapa gading peneliti melakukan observasi kegiatan promosi. Berikut gambar dari hasil observasi peneliti :



Gambar 1.5  
Kegiatan Promosi Yogya Riau Junction



Gambar 1.6  
Kegiatan Promosi Mall Kelapa Gading

Selain kegiatan promosi yang dilakukan di outlet masing masing, iklan juga yang ditanamkan oleh perusahaan dapat meningkatkan minat beli konsumen. Berikut tayangan iklan terbaru dari heavenly blush yang dikutip dari <https://www.heavenlyblush.com/id/> hari Sabtu pada jam 05.30 wib.



Sumber : <https://www.heavenlyblush.com/id/>

Gambar 1.7  
Iklan Heavenly Blush

Promosi penjualan dan iklan mempunyai pengaruh penting terhadap minat beli produk Heavenly Blush Yogurt. Menurut pendapat Djaslim Saladin (2003:195), *“Promosi penjualan terdiri atas alat insentif yang beraneka ragam, kebanyakan untuk jangka pendek, di rancang untuk merangsang pembelian produk tertentu lebih cepat dan atau lebih kuat oleh konsumen atau pedagang”*.

Kegiatan promosi dalam perusahaan merupakan bagian yang sangat penting disamping variabel lainnya seperti produk, harga, dan saluran distribusi. Suatu produk tidak akan berguna jika tidak disampaikan kepada konsumen.

Selain promosi penjualan, Iklan juga merupakan media promosi yang mempunyai daya jangkau yang luas dan mampu untuk mempertahankan produk agar tetap di kenal konsumen. Pesan dalam iklan bertujuan untuk mengkomunikasikan informasi persuasif kepada konsumen, sehingga memunculkan minat beli konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk mengetahui dan meneliti masalah tersebut ke dalam bentuk usulan penelitian dengan judul **“PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN IKLAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK YOGURT HEAVENLY BLUSH PADA PT.HEAVENLY NUTRITION INDONESIA DI BANDUNG”**.

## **1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas maka diidentifikasi masalah yang ada, adalah terkait dengan minat beli konsumen Heavenly Blush di Bandung yaitu mengalami penurunan penjualan pada 3 tahun terakhir yang puncaknya ada terjadi pada tahun 2017. Selanjutnya peneliti mengidentifikasi masalah penelitian bahwa promosi penjualan dan iklan tidak selamanya menjadi tolak ukur meningkatnya minat beli konsumen. Peneliti ingin mengetahui sejauh mana promosi penjualan dan iklan berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Perbedaan omset yang besar terjadi pada heavenly blush jakarta dan bandung. Dari identifikasi masalah maka dapat dirumuskan masalah penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Promosi heavenly blush
2. Bagaimana Iklan heavenly blush
3. Bagaimana minat beli konsumen heavenlyblush
4. Seberapa besar pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli konsumen heavenly blush
5. Seberapa besar pengaruh iklan terhadap minat beli konsumen heavenly blush

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Sebenarnya banyak masalah yang dapat dibahas dalam penelitian ini, namun penulis perlu membatasi masalah yang lebih terperinci dan jelas agar pemecahannya terarah dan berhasil. Jadi tulisan ini hanya dibatasi pada masalah bagaimana pengaruh promosi penjualan dan iklan terhadap minat beli konsumen Heavenly Blush yogurt baik secara parsial dan simultan.

## **1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data - data dan informasi yang dibutuhkan, Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mendapatkan hasil kajian mengenai promosi penjualan Heavenly Blush Yogurt.
2. Untuk mendapatkan hasil kajian mengenai iklan Heavenly Blush Yogurt.

3. Untuk mendapatkan hasil kajian mengenai minat beli konsumen Heavenly Blush Yogurt.
4. Untuk mendapatkan hasil analisis seberapa besar pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli konsumen Heavenly Blush Yogurt.
5. Untuk mendapatkan hasil analisis seberapa besar iklan penjualan terhadap minat beli konsumen Heavenly Blush Yogurt.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan praktis penelitian ini untuk perusahaan, yaitu PT.Heavenly Nutrition Indonesia adalah sebagai tambahan informasi tentang besar kecilnya pengaruh iklan dan promosi penjualan yang dilakukan dan minat beli konsumen. Untuk memberikan informasi tentang strategi iklan dan promosi penjualan agar bisa lebih mempengaruhi konsumen dalam membeli produk minuman kesehatan.

Kegunaan akademis penelitian yang dilakukan penulis ini diharapkan dapat memberikan banyak manfaat bagi banyak pihak yang terkait khususnya kepada penulis sendiri, yakni untuk lebih memperdalam ilmu manajemen pemasaran dalam menggunakan iklan dan promosi penjualan yang efektif dan efisien dan bisa memanfaatkan iklan dan promosi penjualan tersebut sehingga bisa berpengaruh besar terhadap minat beli konsumen.

### **1.6 Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian dilakukan di kota Bandung dengan mendatangi objek yang menjadi pilihan penulis dalam pengumpulan data yang diperlukan yaitu pada PT.Heavenly Nutrition Indonesia cabang bandung yang bertempat di Jl.Mutumanikam No.69 Buah Batu dengan outlet yogya riau junction. Adapun waktu penelitian yang dilakukan oleh penulis terhitung mulai dari bulan Oktober 2017 sampai dengan selesai.