

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pertanian merupakan peranan yang sangat penting dalam mendukung industri. Pengembangan hasil industri akan makin luas dan diharapkan untuk membuka kesempatan kerja dan lapangan pekerjaan guna mensejahterakan masyarakat tanpa timbulnya kesenjangan sosial. Dalam hal ini pertanian khususnya padi dan ketan merupakan salah satu hasil pertanian yang berperan penting dalam bidang pangan. Karena padi merupakan makanan pokok sehari-hari bagi kehidupan manusia. Selain padi sebagai makanan pokok padi juga bisa dijadikan olahan makanan yaitu berbagai macam kue maupun produk-produk olahan lainnya, Salah satunya adalah diolah menjadi jenang. Dari tahun-ketahun banyak usaha di kabupaten Blitar yang menggunakan produk-produk usaha pangan maupun oleh-oleh yang mengutamakan bahan dasar beras dan ketan.

Dari sinilah akhirnya produk olahan jenang itu terus berkembang seiring dengan meningkatnya permintaan dari konsumen. Dengan adanya peluang bisnis ini, maka pengusaha mulai mengembangkan bisnis di bidang produk makanan “Jenang”. Seiring dengan meningkatnya peluang bisnis makanan olahan jenang, Maka banyak berdiri pabrik-pabrik yang menggunakan produk olahan jenang untuk meningkatkan keuntungan atau pendapatan berbisnis.

UD. Kelapa Sari Blitar adalah suatu jenis usaha yang memanfaatkan bahan hasil pertanian untuk produksinya. Guna meningkatkan pembelian atau penjualan suatu produk salah satunya adalah dengan promosi penjualan. Melalui promosi penjualan perusahaan dapat menarik pelanggan baru, mempengaruhi pelanggannya untuk mencoba produk baru, Mendorong pelanggan membeli lebih banyak lagi produksi olahan jenang yang dihasilkan. Banyaknya pengusaha jenang yang ada di kabupaten Blitar, hal tersebut akan menimbulkan adanya persaingan di setiap pengusaha khususnya pengusaha jenang dan menyebabkan pula konsumen kelas menengah ke bawah akan dihadapkan beberapa jenis jenang, ini akan menjadi ancaman bagi UD. Kelapa Sari Blitar. Agar konsumen bersedia menjadi langganan, Mereka terlebih dahulu harus dapat mencoba hasil yang diproduksi oleh perusahaan.

Dengan seperti itu UD. Kelapa Sari harus mampu melakukan promosi penjualan untuk meraih kemenangan dalam persaingan dan meningkatkan promosi penjualan, seperti diadakannya kupon, undian, hadiah, diskon atau potongan harga di setiap pembelian. Konsumen telah membeli melalui proses-proses atau tahapan-tahapan terlebih dahulu seperti mendapat informasi melalui promosi. Kemudian membandingkan yang satu dengan yang lain pada keputusan pembelian. UD. Kelapa Sari harus lebih giat dan teliti dalam melaksanakan kegiatan promosi penjualan, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai dengan maksimal. Dan salah satunya untuk mempengaruhi keputusan pembelian adalah pelayanan perusahaan. Untuk memberikan pelayanan yang baik dibutuhkan kesungguhan kecepatan daya tanggap, kesopanan, dan keramahan.

Pelanggan merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Karena pelanggan yang dapat menentukan keberhasilan untuk mencapai tujuan perusahaan. Salah satu strategi yang tepat untuk bertahan dari persaingan adalah dengan mempertahankan loyalitas pelanggannya. Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting di dalam persaingan, dengan loyalitas akan bermanfaat bagi perkembangan perusahaan. Pelanggan yang loyal akan memberikan keuntungan yang besar. Untuk memelihara dan meningkatkan loyalitas pelanggannya adalah dengan melakukan program promosi penjualan secara rutin. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan pelayanan untuk mengembangkan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa melihat pentingnya peran pelayanan, promosi penjualan dalam mempertahankan keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengangkat judul “Pengaruh pelayanan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan” (Studi kasus di UD. Kelapa Sari Blitar).

## **B. Permasalahan**

Dari latar belakang yang peneliti kemukakan permasalahan dari penelitian ini menurut pemilik UD. Kelapa Sari jumlah pelanggan dalam kota menurun dari bulan Oktober 2014 (600 pembeli), bulan November 2014 (350 pembeli), bulan Desember 2014 (150 pembeli). Serta banyak bermunculan usaha-usaha baru yang bergerak dibidang sejenis yang menggunakan promosi penjualan yang lebih baik seperti promosi pada kupon atau undian dan memberikan

pelayanan yang baik dalam hal kecepatan, keramahan dan kesopanan, sehingga penerapan promosi penjualan dan pelayanan yang baik secara rutin membuat konsumen loyal yang menjadikan perusahaan pesaing lebih unggul dalam menarik konsumen. Dari permasalahan tersebut UD. Kelapa Sari diperlukan peningkatan dalam hal pelayanan dan promosi penjualan sebagai upaya menciptakan keputusan pembelian dan memperoleh loyalitas dari konsumen.

### **C. Rumusan Masalah**

Bagaimana meningkatkan jumlah pelanggan melalui pelayanan dan promosi penjualan untuk menjaga loyalitas pelanggan dalam menciptakan keputusan pembelian pada UD. Kelapa Sari Blitar?

### **D. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui peningkatan jumlah pelanggan melalui pelayanan dan promosi penjualan untuk menjaga loyalitas pelanggan dalam menciptakan keputusan pembelian pada UD. Kelapa Sari Blitar.

### **E. Kegunaan Penelitian**

#### 1. Bagi penulis

Diharapkan penelitian ini untuk mengetahui penerapan teori dan menambah pengetahuan, serta pengalaman yang akan berguna di waktu yang akan datang.

2. Bagi perusahaan

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan perusahaan, terutama yang berhubungan dengan pelayanan, promosi penjualan sehingga dapat meraih keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan.

3. Bagi umum

Diharapkan dapat digunakan untuk bahan referensi dan mendorong timbulnya penelitian selanjutnya.