**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang**

Pada era globalisasi, produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Sehingga terjadilah persaingan antar pelaku usaha untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga.

Dengan adanya kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama.

Toko Puncak Jaya merupakan suatu badan usaha milik keluarga yang bergerak dibidang penjualan perlengkapan *outdoor*. Toko ini menjual berbagai macam produk yang diantaranya pakaian, tas, sepatu, sandal, tenda dan perlengkapan khusus aktivitas luar ruang (*outdoor*). Kebanyakan yang menjadi pelanggan tentunya juga yaitu orang yang hobi dengan kegiatan *outdoor*.

Banyak pelaku usaha yang sama ingin memperkenalkan dan memasarkan produknya. Baik usaha yang sedang berkembang dan juga baru, harus berusaha keras untuk memasarkan produknya dikarenakan persaingan yang semakin ketat diantara pelaku usaha. Untuk itu para pelaku usaha perlu melakukan usaha pemasaran yang baik. Pemasaran didefinisikan sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

Pada umumnya para pelaku usaha memasarkan produk dan jasanya melalui iklan sehingga banyak iklan yang bermunculan baik di televisi, radio, media cetak, dll. Iklan saja mungkin tidak cukup bagi pelaku usaha untuk dapat menarik konsumen dan mempengaruhi keputusan konsumen serta kurang efektif bagi beberapa pelaku usaha karena kurangnya kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang diiklankan tersebut.

Apabila pelaku usaha memberikan pelayanan yang baik hal tersebut dapat dipenuhi dan konsumen merasa puas, maka akan timbul WOM (*word of mouth*) yaitu penyampaian kesan mereka terdapat suatu produk maupun suatu tempat dari mulut ke mulut, yang berdampak baik bagi pelaku usahaapabila dapat membuat pelanggangnya merasa puas dan dapat merekomendasikan kepada orang lain. Tentu saja akan meningkatkan jumlah pelanggan yang datang sehingga volume penjualanpun meningkat.

Tabel 1. peningkatan penjualan produk toko Puncak jaya Makassar priode tahun 2016

|  |  |
| --- | --- |
| **Bulan** | **Hasil penjualan**  **(Rp.)** |
| Januari | 112.583.000,00 |
| Februari | 127.242.000,00 |
| Maret | 118.783.500,00 |
| April | 126.746.500,00 |
| Mei | 161.509.500,00 |
| Juni | 197.005.000,00 |
| Jumlah | 833.869.500,00 |

*Sumber. Data penjualan toko Puncak jaya Makassar, 2016*

Volume penjualan meruapakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu penjualan merupakan salah satu hal penting yang harus dievaluasi untuk kemungkinan perusahaan agar tidak rugi. Jadi penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukannya untuk kepentingan penjualan itu sendiri. Volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu yang didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik.

Bagi setiap pelaku usaha tujuan yang hendak dicapai adalah memaksimumkan profit disamping pelaku usaha ingin tetap berkembang. Realisasi dari pada tujuan ini adalah melalui volume penjualan yang mantap karena masalah penjualan merupakan kunci dari sukses tidaknya suatu perusahaan.

volume penjualan adalah total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba yang maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan. Dalam kegiatan pemasaran kenaikan volume penjualan merupakan ukuran efisiensi, meskipun tidak setiap kenaikan volume penjualan diikuti dengan kenaikan laba

Dari permasalahan dan fenomena di atas maka peneliti tertarik mengangkat judul **“Pengaruh *Word Of Mouth Marketing* Terhadap Peningkatkan Penjualan Pada Toko Puncak jaya Makassar”.**

1. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan dilatar belakang, maka peneliti merumuskan perumusan masalahnya sebagai berikut: Apakah ada pengaruh *Word Of Mouth Marketing* terhdap peningkatan penjualan pada toko Puncak jaya Makassar ?

1. **Tujuan Penelitian**

Sesuai permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Word Of Mouth Marketing* terhadap peningkatkan penjualan pada toko Puncak jaya Makassar.

1. **Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi pelaku usaha dan perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pelaku usaha dan perusahaan dalam mengambil keputusan untuk menerapkan strategi pemasaran *word of mouth marketing* yang sesuai dan sepadan dalam usaha pencapaian tujuan perusahaan
2. Bagi penulis dapat menambah pengetahuan dan menumbuh kembangkan sikap kritis serta menambah pengalaman penulis baik secara toritis maupun praktik dalam hal penelitian.
3. Bagi mahasiswa, pembaca dan pihak-pihal lain untuk menambah wawasan dan pengetahuaan pembaca mengenai *word of mouth marketing* dan diharapkan penelitian ini, dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian sejenis.