

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seperti telah diketahui, bahwa negara Indonesia pada saat sekarang ini mengalami goncangan karena situasi ekonomi dan sosial, politik yang tidak menentu. Dengan situasi tersebut, perusahaan harus dapat bertindak seefisien dan seefektif mungkin dalam upaya untuk mencapai sasaran perusahaan yang telah ditetapkan, yaitu mencapai laba yang optimal.

Pembangunan sektor industri pada daerah Sumatera Selatan sebagian besar berpusat di kota Palembang dan sekitarnya. Pembangunan industri pada akhirnya ditujukan untuk menghasilkan produk guna memenuhi kebutuhan masyarakat sebagai konsumen baik sebagai konsumen akhir maupun konsumen industri. Adapun salah satu produk yang tergolong dalam barang industri adalah oli (minyak pelumas). Produk oli ini digolongkan sebagai perlengkapan operasi, yaitu barang-barang yang dapat digunakan untuk membantu lancarnya proses produksi maupun kegiatan-kegiatan lain di dalam perusahaan.

PT. Sriwijaya Bumi Subur Palembang yang menjadi obyek penelitian ini merupakan perusahaan yang bergerak di bidang usaha sebagai dealer resmi minyak pelumas yang berpusat di Jakarta yaitu PT. Tira Wira Usaha Jakarta. Selanjutnya untuk mengetahui betapa pentingnya peranan minyak pelumas bagi mesin kendaraan maupun mesin-mesin industri, dan dengan semakin majunya

perkembangan di bidang teknologi hal ini berarti semakin banyak pula jumlah minyak pelumas yang dibutuhkan.

Dengan semakin pesatnya perkembangan dunia usaha, semakin banyak pula muncul perusahaan-perusahaan saingan akibat dari perkembangan tersebut. Untuk itu, pihak manajemen perlu membuat suatu kebijakan pemasaran agar perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya.

PT. Sriwijaya Bumi Subur Palembang yang bergerak dalam dunia bisnis minyak pelumas juga merasakan dampak dari krisis ekonomi ini, yang mana hal ini dapat terlihat dari adanya penurunan volume penjualan yang cukup besar dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, selanjutnya akan dikemukakan data-data penjualan dari tahun 1999 sampai dengan 2001.

TABEL 1.1
PENJUALAN MINYAK PELUMAS MEREK OMALA
PT. SRIWIJAYA BUMI SUBUR PALEMBANG

NO.	NAMA PRODUK	JUMLAH PENJUALAN (Dalam Drum)		
		1999	2000	2001
01.	Omala 100	6 drum	-	6 drum
02.	Omala 220	138 drum	12 drum	63 drum
03.	Omala 320	102 drum	48 drum	42 drum
04.	Omala 460	90 drum	6 drum	12 drum
05.	Omala 860	51 drum	27 drum	15 drum

Sumber : PT. Sriwijaya Bumi Subur Palembang

Dari tabel di atas terlihat adanya penurunan penjualan yang tajam pada minyak pelumas Omala 220, Omala 320, dan Omala 460 pada tahun 2001 jika dibandingkan dengan penjualan minyak pelumas pada type yang sama pada tahun 1999.

Terjadinya penurunan penjualan pada PT. Sriwijaya Bumi Subur Palembang ini disebabkan oleh beberapa faktor yang diantaranya adalah adanya persaingan yang sangat ketat saat ini untuk produk sejenis, seperti PT. Sumber Musi Utama yang juga menjual produk minyak pelumas yang diproduksi oleh Pertamina, jadi harganya lebih murah jika dibandingkan dengan PT. Sriwijaya Bumi Subur Palembang, karena minyak pelumas yang dijual PT. Sriwijaya Bumi Subur Palembang adalah produk impor. Hal ini secara tidak langsung mempengaruhi penjualan minyak pelumas khususnya untuk merek Omala yang merupakan produk impor.

Penyebab lain dari penurunan yang cukup tajam menurut hasil wawancara dengan pimpinan PT. Sriwijaya Bumi Subur Palembang ini disebabkan karena banyak sekali perusahaan yang menjual minyak pelumas, dan ada juga yang menjual minyak pelumas dengan memakai kemasan dari merek yang sudah dikenal konsumen yang isinya merupakan oli residu, dan harga jual oli tersebut jauh lebih murah dibandingkan dengan merek Omala yang dijual PT. Sriwijaya Bumi Subur Palembang, karena perusahaan pesaing tersebut dengan sengaja melakukan pemalsuan minyak pelumas hanya untuk mencari keuntungan bagi perusahaannya, meskipun pihak perusahaan tersebut mengetahui resiko dari pemakaian minyak pelumas tersebut.

Kurangnya pengetahuan pemilik perusahaan tentang cara pemasaran yang baik dan strategi pemasaran yang tepat membuat keadaan ini sulit untuk berubah, apalagi perusahaan juga tidak memiliki tenaga pemasaran yang ahli pada bidangnya.

Belakangan ini banyak perusahaan yang bergerak dalam bisnis yang sejenis, banyaknya pesaing yang muncul menuntut perusahaan untuk membuat strategi pemasaran yang efektif dan efisien, ini dilakukan karena semakin banyak perusahaan yang akan berebut pangsa pasar yang ada, belum lagi dengan banyaknya produk merek lain, hal ini menambah rumit keadaan yang dihadapi perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka dilakukan penelitian berkenaan dengan strategi pemasaran dengan judul: “Pemasaran Minyak Pelumas Merek Omala Pada PT. Sriwijaya Bumi Subur Palembang.”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan data dan informasi yang diperoleh, dapat dikemukakan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan sebagai berikut :

1. Harga minyak pelumas Omala yang kalah bersaing dengan minyak pelumas Pertamina.
2. Banyaknya perusahaan yang menjual minyak pelumas residu dengan harga yang jauh lebih murah.
3. Kurangnya pengetahuan pemilik tentang bisnis minyak pelumas.

Dari beberapa permasalahan yang dihadapi oleh PT. Sriwijaya Bumi Subur Palembang dapat disimpulkan bahwa masalah pokok yang dihadapi oleh perusahaan ini adalah : Strategi pemasaran yang bagaimana yang dapat dipergunakan oleh PT. Sriwijaya Bumi Subur Palembang untuk meningkatkan volume penjualan pelumas merek Omala?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan judul skripsi, maka tujuan penelitian dalam rangka penulisan karya ilmiah berupa skripsi ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang dapat digunakan oleh PT. Sriwijaya Bumi Subur Palembang untuk meningkatkan volume penjualan minyak pelumas merek Omala.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Bagi penulis, sebagai sarana untuk menerapkan secara langsung teori yang diperoleh selama masa perkuliahan dengan praktek yang ada pada perusahaan yang diteliti.
- b. Bagi pihak perusahaan, dapat memberikan informasi kepada pimpinan perusahaan dalam mengevaluasi kegiatan yang telah dilaksanakan dan nantinya dapat dipergunakan oleh pimpinan perusahaan sebagai bahan pertimbangan pada masa yang akan datang.
- c. Bagi pihak lain, dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi pembaca pada umumnya dan mahasiswa pada khususnya serta bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

D. Metodologi Penelitian

Dalam hal ini metodologi yang digunakan adalah dengan pendekatan pemecahan masalah (studi kasus) dan analisis deskriptif, artinya data-data yang diperoleh dideskripsikan sesuai dengan tujuan penelitian, lalu dianalisis dengan mempergunakan pengetahuan yang ada sampai dengan hasil kegiatan penelitian.

1. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di PT. Sriwijaya Bumi Subur Palembang yang beralamat di Jalan Jendral A. Yani No. 63, 7 Ulu Palembang.

2. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan bersumber dari data internal, yaitu data yang diperoleh dengan cara mengadakan penelitian secara langsung ke perusahaan sesuai dengan permasalahan yang ada, sehingga memperoleh gambaran yang jelas mengenai perusahaan tersebut, teknik pengumpulan data yang dipergunakan adalah dengan cara :

- a. Wawancara langsung dengan pimpinan dan pihak-pihak yang mempunyai wewenang atau dianggap dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dalam permasalahan yang dibahas.
- b. Dokumentasi berupa data-data perusahaan yang mempunyai hubungan dengan penulisan skripsi, data-data tersebut berupa laporan tahunan perusahaan, laporan tingkat volume penjualan, dan data-data lainnya yang dianggap berhubungan dengan masalah yang dibahas.
- c. Tinjauan Pustaka, yaitu dengan menelaah teori-teori dan data-data yang dapat digunakan untuk pembahasan permasalahan dalam penulisan skripsi yang diperoleh dari buku-buku, literatur-literatur, dan dari referensi yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, terutama yang menyangkut pemasaran minyak pelumas pada PT. Sriwijaya Bumi Subur Palembang.

3. Teknik Analisis Data

Dalam penulisan skripsi ini dipakai teknik analisis kualitatif deskriptif, yaitu dengan cara melukiskan sifat atau karakteristik dari objek yang diteliti berdasarkan data yang dikumpulkan, serta dengan kebijakan-kebijakan dari bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, promosi dan distribusi pada PT. Sriwijaya Bumi Subur Palembang.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah data penyusunan skripsi ini, maka di dalam sistematikannya dibuat rangkap 5 (lima) bab, dimana tiap-tiap bab diuraikan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini dikemukakan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini dibahas tentang pengertian dan tujuan pemasaran, pengertian manajemen pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran, dan pengertian bauran pemasaran.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini tentang sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi beserta fungsi-fungsi yang ada didalamnya, aktivitas perusahaan, pelaksanaan pemasaran pada perusahaan.

BAB IV ANALISIS

Pada bab ini berisi tentang analisis terhadap strategi produk, strategi harga, strategi saluran distribusi dan strategi promosi perusahaan dalam hubungannya dengan pemasaran minyak pelumas Omala.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, akan ditarik kesimpulan dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya, berdasarkan hasil penelitian dan memberikan saran-saran perbaikan ataupun pendapat yang kiranya akan bermanfaat untuk kemajuan serta perkembangan perusahaan tersebut di masa yang akan datang.