BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada masa ini menghadapi era baru yang ditandai dengan kecenderungan globalisasi dunia sebagai akibat semakin banyaknya negara yang melakukan liberalisasi atau reformasi ekonomi yang ditunjang pula dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Globalisasi sendiri mengandung pengertian bahwa setiap negara bahkan setiap bisnis dan perusahaan menghadapi persaingan global, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Indonesia yang merupakan bagian dari negara-negara dunia juga tidak akan luput dari hal ini. Adanya tantangan dari dunia usaha dan ekonomi yang semakin maju menuntut adanya peningkatan kualitas dalam setiap bidang tanpa terkecuali. Persaingan bisnis yang semakin ketat dan tajam yang terjadi sebagai akibat dari krisis ekonomi dan moneter yang berkepanjangan harus membuat kita semakin kritis dan kreatif. Selain itu yang perlu disadari adalah bahwa saat ini kita berada dalam otonomi daerah, AFTA (2003) dan Kawasan Perdagangan Asia Pasifik Terbuka atau APEC pada tahun 2020 untuk negara berkembang. Sehubungan dengan otonomi daerah seperti yang telah diketahui bersama bahwa propinsi Sumatra Selatan adalah propinsi terkaya ke-5 di Indonesia. Sebagai propinsi yang kaya dengan sendirinya akan mengundang banyak investor asing untuk menanamkan investasinya ke Palembang, hal ini tentu saja tidak dapat kita

hindari. Untuk menghadapi tantangan ini perlu dibekali dengan kemampuan, ketrampilan dan keunggulan bersaing.

Dalam dunia otomotif, khususnya kendaraan bermotor seperti yang telah kita ketahui saat ini telah banyak terdapat bermacam-macam merek motor yang telah membanjiri pasaran di Indonesia termasuk di Palembang. Dari Cina ada motor Jincheng, Sanex, Hokaido, Beijing, Jialing. Sedangkan dari Jepang ada motor Yamaha, Honda, dan Suzuki. Untuk memudahkan konsumen maka komponen-komponen kendaraan ini dipasarkan secara bebas di toko-toko *spare parts* yang tersebar, sehingga konsumen dengan mudah mendapatkan komponen-komponen dari kendaraan sepeda motor apabila terjadi kerusakan. Di Palembang khususnya telah tersebar banyak sekali supplier-supplier untuk semua jenis kendaraan sepeda motor. Hal ini menimbulkan adanya persaingan harga di antara para supplier semakin ketat dan tajam. Untuk itu diperlukan suatu penetapan harga jual yang tepat. Apabila harga yang ditetapkan terlalu tinggi maka dapat mempengaruhi daya beli konsumen terhadap produk tersebut.

Untuk itu PD Teman Baru Palembang sebagai *supplier spare parts* kendaraan bermotor dituntut untuk dapat menjalankan fungsi pemasaran yang baik. William J. Stanton (1996,7-8) mengemukakan, *marketing* adalah suatu system total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan produk, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial.

Berdasarkan penelitian, bauran pemasaran yang perlu diperhatikan oleh PD TEMAN BARU adalah harga dan distribusi. Basu Swastha (1993,193) mengemukakan bauran pemasaran adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan, yakni : produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi.

Untuk memberikan informasi mengenai pemasaran PD Teman Baru Palembang dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut ini

Tabel 1.1

Realisasi Penjualan Spare Parts Yamaha pada PD Teman Baru Palembang

Tahun 1997-2001

(X Rp.1.000)

Tahun	Daerah Pemasaran						
	Palembang	Bangka	T.Bawang	K.Agung	T.Mulyo	Blitang	Prabumulih
1997	14700	8000	3000	370	3500	4000	7000
1998	10400	6000	2000	220	2600	3800	5000
1999	12500	7000	2400	300	2700	3000	5500
2000	16000	8800	1900	240	2000	2400	6500
2001	17300	9000	1400	190	1500	1900	7000

Sumber : PD Teman Baru Palembang

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa volume pada penjualan tahun 1999, 2000, dan 2001 untuk daerah Tulang Bawang, Kayu Agung, Tugu Mulyo, Blitang mengalami penurunan yang disebabkan karakter pemilik toko yang sulit dalam hal pembayaran piutang. Sulitnya jarak tempuh transportasi ke daerah-daerah tersebut juga ikut mempengaruhi penurunan penjualan sehingga para *salesman* yang ada enggan untuk mengorder barang ke daerah tersebut.

Menurut data yang dikumpulkan yang paling mempengaruhi keputusan pembelian para pengecer adalah harga jual PD Teman Baru yang cukup tinggi menyebabkan konsumen lebih memilih supplier lain yang menjual barang lebih murah dari PD Teman Baru Palembang. Tabel 1.2 memberikan informasi tentang perbandingan harga dengan pesaing.

Tabel 1.2

Daftar tipe produk Yamaha dan Harga PD Tehnik Motor

No.	Nama Produk	Harga
1	Engkol V-80	Rp 6,500.00
2	Kunci Kontak RX-S	Rp 16,000.00
3	Gir set RX-100	Rp 10,500.00
4	Busi BP7HS	Rp 7,200.00
5	Pak Rem YB-100	Rp 5,000.00
6	Jari-jari 250X17	Rp 8,000.00
7	Klahar 6300	Rp 4,000.00
8	Stang stir RXS	Rp 8,000.00
9	Lapis jok RXS	Rp 10,200.00
10	Bola depan RXS	Rp 12,000.00

Sumber : PD Tehnik Motor

Dan sebagai data pembanding dalam penetapan harga jual spare parts' Yamaha dapat dilihat pada tabel 1.3 berikut ini

Tabel 1.3

Daftar tipe produk Yamaha dan Harga PD Teman Baru

No.	Nama Produk	Harga
1	Engkol	Rp 6,600.00
2	Kunci Kontak RX-S	Rp 16,300.00
3	Gir Set RX-100	Rp 10,500.00
4	Busi BP7HS	Rp 7,100.00
5	Pak Rem YB-100	Rp 5,100.00
6	Jari-jari 250X17	Rp 8,000.00
7	Klahar 6300	Rp 4,200.00
8	Stang stir RXS	Rp 8,200.00
9	Lapis jok RXS	Rp 10,500.00
10	Bola depan RXS	Rp 12,200.00

Sumber : PD Teman Baru

Dari table 1.2 dan 1.3 dapat dilihat bahwa harga yang ditetapkan PD Teman Baru atas beberapa produk lebih tinggi dibandingkan harga yang ditetapkan oleh PD Teknik Motor sehingga tampak jelas bahwa para pengecer lebih memilih untuk membeli produk di PD Teknik Motor daripada di PD Teman Baru.

Selain pentingnya penetapan harga yang tepat bagi suatu produk sebagaimana yang telah diuraikan di atas maka perusahaan juga harus memperhatikan variabel bauran pemasaran lainnya yaitu saluran distribusi. Selama ini saluran distribusi yang digunakan oleh PD Teman Baru adalah yaitu

1. Distributor Industri ----- Pengecer ----- Konsumen
2. Distributor Industri ----- Konsumen akhir

Akan tetapi tampaknya saluran distribusi ini kurang berhasil karena para pengecer dalam menjual produk ke konsumen hanya menjual produk-produk tertentu saja sehingga kebutuhan konsumen kurang terpenuhi, ini disebabkan karena keterbatasan modal dan sulitnya mendapatkan produk selain itu PD Teman Baru belum bisa menetapkan sebuah toko untuk menjadi pedagang besar yang bisa menyediakan barang-barang ke toko-toko di daerah secara tepat.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka skripsi ini diberi judul USAHA-USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN SPARE PARTS YAMAHA MELALUI PENETAPAN HARGA JUAL DAN SALURAN DISTRIBUSI PADA PD TEMAN BARU.

B. Perumusan Masalah

Ditinjau dari kedua aspek bauran pemasaran (Marketing Mix) masalah yang diteliti adalah :

1. Bagaimana penetapan harga jual spare parts Yamaha di PD TEMAN BARU ?
2. Bagaimana bentuk pendistribusian *spare parts* Yamaha yang paling efisien bagi PD TEMAN BARU khususnya pada pemasaran di daerah ?
3. Bagaimana pengaruh penetapan harga dan pendistribusian terhadap volume penjualan pada PD TEMAN BARU ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui penetapan harga yang diberlakukan di PD TEMAN BARU.
 - b. Untuk mengetahui pendistribusian yang diberlakukan di PD TEMAN BARU.
 - c. Untuk mengetahui pengaruh besarnya penetapan harga dan pendistribusian terhadap volume penjualan pada PD TEMAN BARU.

2. Kegunaan Penelitian

Melalui hasil penelitian dan penulisan skripsi ini diharapkan :

1. Bagi penulis

Untuk menambah pengetahuan dan pengalaman dalam bidang penelitian dan pemasaran

2. Bagi perusahaan

Untuk memberi masukan kepada perusahaan dalam mengevaluasi kebijaksanaan pemasaran tentang saluran distribusi dan penentuan harga yang telah ditetapkan.

3. Bagi masyarakat

Untuk memberi tambahan informasi teori-teori pemasaran, khususnya pemasaran *spare part* kendaraan bermotor roda dua.

D. Metodologi Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PD Teman Baru yang merupakan *supplier spare parts* kendaraan sepeda motor yang berlokasi di Jalan Jendral Sudirman No 292 Palembang

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus.

3. Teknik Pengumpulan data

a. Penelitian Lapangan

Data primer diperoleh melalui penelitian langsung lapangan secara langsung dari PD Teman Baru yang berkedudukan di jalan Jendral Sudirman no 292. Data tersebut meliputi volume penjualan, harga jual, dan saluran distribusi.

b. Penelitian Kepustakaan

Data ini diperoleh dengan cara membaca literatur-literatur, buku-buku naskah atau tulisan serta pengetahuan teoritis dan hasil kuliah terutama yang menyangkut manajemen pemasaran untuk menemukan landasan teori yang berkaitan dengan masalah yang dibahas. Selain itu juga diperoleh dengan cara mempelajari dokumen-dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan masalah yang dibahas.

4. Teknik Analisis

Data yang dihasilkan melalui penelitian ini disusun sedemikian rupa dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif menggunakan model regresi linier.

E. Sistematika Penulisan

Agar penulisan skripsi ini lebih terarah maka dalam sistematika penulisan skripsi ini di kelompokkan dalam 5 bab yang masing-masing bab terbagi dalam beberapa sub bab. Antara satu bab dengan bab lain mempunyai hubungan yang erat dan tidak dapat dipisahkan antara yang satu dengan yang lainnya.

Bab dan sub-bab yang dimaksud dapat diuraikan sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari beberapa sub-bab yaitu mengenai latar belakang masalah, tujuan dan kegiatan penelitian, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan dikemukakan beberapa teori yang dapat menunjang penyelesaian permasalahan yaitu: pengertian pemasaran, konsep pemasaran, bauran pemasaran, pengertian harga jual, cara penetapan harga jual, pengertian saluran distribusi dan jenis saluran distribusi.

BAB III. KEADAAN UMUM PERUSAHAAN PADA PD TEMAN BARU PALEMBANG

Dalam bab ini dikemukakan mengenai sejarah singkat perusahaan. Struktur organisasi, daerah pemasaran, tingkat harga jual dan saluran distribusi yang dilakukan.

BAB IV. USAHA UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN

Bab ini merupakan bab analisis yang akan membahas data-data yang disajikan sebagai usaha untuk meningkatkan volume penjualan barang spare parts pada PD TEMAN BARU PALEMBANG dimana pembahasan ini akan ditinjau dari segi kebijaksanaan harga dan kebijaksanaan saluran distribusi.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini merupakan bagian terakhir dalam penulisan skripsi ini dimana akan disajikan kesimpulan dari pembahasan dalam bab sebelumnya dan pada akhirnya dilanjutkan dengan saran-saran yang mungkin berguna sebagai bahan pertimbangan mencari jalan keluar dari masalah yang terjadi di perusahaan pada PD TEMAN BARU PALEMBANG.