

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Semakin berkembangnya peradaban dunia maka semakin banyak pula industri yang didirikan untuk memenuhi setiap kebutuhan manusia. Dengan semakin banyaknya perindustrian maka semakin tinggi pula tingkat persaingan yang dihadapi oleh setiap perusahaan oleh karena itulah setiap perusahaan atau perindustrian memerlukan suatu sistem pemasaran yang terprogram dan efektif serta mampu menjawab penjualan produk yang dihasilkan perusahaan.

Sistem pemasaran adalah kumpulan lembaga-lembaga yang melakukan tugas pemasaran barang dan jasa. Ide, pelaku dan faktor lingkungan yang saling memberi pengaruh dan membentuk hubungan antara perusahaan dengan pasarnya.

Sistem pemasaran dari perusahaan baik perusahaan dagang atau jasa mempunyai peranan yang sangat penting, karena dengan sistem pemasaran yang baik maka dapat dipastikan volume penjualan akan meningkat dan terus

bertambah. Hal ini berarti meningkatnya pula penghasilan bagi perusahaan dan ini akan dipergunakan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan dan sisa lebihnya dapat disebut sebagai laba perusahaan yang merupakan tujuan utama dari perusahaan.

Sistem pemasaran disini meliputi strategi pemasaran dan semua program pemasaran yang hendak dijalankan oleh perusahaan. Sistem pemasaran ini nantinya akan meningkatkan kuantitas penjualan. Sehingga perusahaan tersebut dapat memenangkan persaingan diantara perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama, akan tetapi banyak pula perusahaan yang gagal dalam menerapkan strategi pemasaran dengan baik, hal ini tercermin dari menurunnya tingkat penjualan yang diperoleh atau tingkat penjualan yang bersifat konstan artinya tidak mengalami peningkatan ataupun penurunan dalam nilai kuantitas penjualan.

Tabel dibawah ini merupakan hasil penjualan yang dicapai oleh PD. Pendawa Sakti Palembang yang merupakan perusahaan dagang dan memasarkan salah satu produk khususnya adalah Beras Nona Cantik.

Tabel 1.1  
Data Tingkat Penjualan Beras Nona Cantik  
Tahun 2001

Bulan	Volume Penjualan
Januari	516.140 kg
Februari	294.140 kg
Maret	271.340 kg
April	262.180 kg
Mei	243.960 kg
Juni	201.060 kg
Juli	201.000 kg
Agustus	147.120 kg
September	160.700 kg
Oktober	160.000 kg
November	143.240 kg
Desember	137.040 kg

Sumber : PD. Pendawa Sakti Palembang.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa terjadi penurunan penjualan dalam 1 (satu) tahun terakhir 2001. Penurunan terjadi drastis pada awal tahun dan terus terjadi pada bulan-bulan berikutnya.

Menurunnya tingkat penjualan karena persaingan yang ada dengan perusahaan sejenis dengan produk yang hampir sama pula. Beras yang kualitasnya hampir sama dengan harga yang lebih murah, misalnya Beras Merk "Topi Koki" dijual dengan harga Rp.2.700/kg sedangkan harga jual Beras "Nona cantik" adalah Rp.2.800/kg.

Berdasarkan uraian diatas maka ditemukan hal-hal yang menarik bagi penulis untuk mengamati dan menilai sistem dan strategi pemasaran yang diterapkan oleh suatu perusahaan yang bergerak dibidang pemenuhan kebutuhan

bahan pokok masyarakat. Untuk itulah penulis memilih judul "Analisis Strategi Pemasaran Beras Nona Cantik Pada PD, Pendawa Sakti Palembang".

#### B. Perumusan Masalah

PD. Pendawa Sakti adalah perusahaan dagang perseorangan yang menjual bahan pangan seperti berbagai jenis beras dan gula pasir.

Terjadinya penurunan pemasaran khususnya produk Beras "Nona Cantik" pada 1 (satu) tahun terakhir, maka permasalahan yang dihadapi adalah :

Strategi pemasaran yang bagaimana untuk meningkatkan penjualan beras Nona Cantik.

#### C. Ruang Lingkup Pembahasan

PD. Pendawa Sakti yang bergerak di bidang penyediaan kebutuhan pokok masyarakat seperti beras dan gula pasir. PD. Pendawa Sakti memasarkan beraneka macam merk beras dan gula.

Dalam penulisan ini, penulis memberikan batasan-batasan dalam pembahasan permasalahan yaitu Analisis Strategi Pemasaran Beras Nona Cantik pada 1 (satu) tahun terakhir.

## D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan topik skripsi yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Beras Nona Cantik Pada PD. Pendawa Sakti Palembang, maka tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui strategi yang tepat untuk memasarkan Beras Nona Cantik PD. Pendawa Sakti Palembang sehingga meningkatkan penjualan.
- b. Untuk mengetahui faktor penyebab terjadinya penurunan penjualan yang dialami PD. Pendawa Sakti Palembang.

### 2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian yang penulis lakukan adalah sebagai berikut :

#### a. Bagi Penulis

Untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama dibangku kuliah khususnya ilmu manajemen pemasaran.

#### b. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan bagi perusahaan untuk mengatasi masalah-masalah pemasaran yang dihadapi perusahaan selama ini.

#### c. Bagi Masyarakat

Memberikan gambaran kepada masyarakat bahwa dalam suatu perusahaan terdapat hal-hal penting yang perlu



diperhatikan dalam meningkatkan volume penjualan seperti strategi-strategi pemasaran yang tepat.

## **E. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Dalam penulisan skripsi ini penulis menggunakan jenis penelitian dengan jenis studi kasus dimana penulis akan mengkaji secara lebih mendalam masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan.

### **2. Subyek dan Obyek Penelitian**

Subyek Penelitian ini dilakukan di PD. Pendawa Sakti yang beralamat Lrg. Kasim No. 257 RT.02, 16 Ilir Palembang - 30122. Dimana pada lokasi tersebut merangkap sebagai kantor dan gudang.

Penulis memilih strategi pemasaran perusahaan ini sebagai obyek penelitian, dimana strategi pemasarannya mencakup strategi harga, strategi distribusi, strategi pemasaran atau daerah pemasaran akan tetapi strategi tersebut belum pernah dianalisis oleh perusahaan sehingga perusahaan tidak mengetahui sejauh mana strategi pemasaran yang diterapkan secara terencana akan memberikan manfaat untuk meningkatkan omzet penjualan beras Nona Cantik.

### 3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Guna mendukung bahan penulisan skripsi ini, penulis melakukan pengumpulan data-data yaitu :

#### a. Data Internal

Yaitu data yang diperoleh dan dikumpulkan dari pihak intern perusahaan PD. Pendawa Sakti, dimana data tersebut merupakan data relevan yang berhubungan dengan bahan permasalahan yang akan dibahas dalam penulisan skripsi ini.

#### b. Data eksternal

Yaitu data yang diperoleh dari luar perusahaan baik dari bersumber dari buku-buku pedoman, literatur-literatur dan data-data dari pesaing perusahaan.

Penulis memperoleh data yang mendukung penulisan skripsi ini dengan teknik pengumpulan data :

1. Wawancara (interview), yaitu dengan mengajukan pertanyaan secara lisan pada pimpinan, karyawan perusahaan dan pihak lainnya yang berkaitan dengan penelitian.
2. Pengamatan (Observasi), yaitu pengamatan secara langsung ke obyek penelitian.
3. Dokumentasi, yaitu pengumpulan data perusahaan secara tertulis dan berkaitan dengan penulisan skripsi.

#### 4. Teknik Analisis

Teknik analisis data merupakan teknik yang dipergunakan untuk mengolah data yang telah dikumpulkan dan diklarifikasikan sesuai dengan tujuan penelitian ini. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana metode analisis data ini merupakan metode yang membahas masalah dengan mencari jalan terbaik untuk menyelesaikan masalah tersebut.

#### F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penyusunan dan berbagai gambaran secara keseluruhan dari skripsi ini, maka penulis akan menguraikan sistematika penulisan yang disajikan dalam lima bab dari Bab I sampai dengan Bab V. Secara ringkas akan penulis sajikan sebagai berikut :

##### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang akan menguraikan latar belakang, perumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

##### BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan landasan teori yang digunakan sebagai dasar pembahasan skripsi ini. Pada bab ini akan diuraikan



mengenai konsep dasar pemasaran, konsep bauran pemasaran serta analisis SWOT.

### BAB III GAMBARAN UMUM PD. PENDAWA SAKTI PALEMBANG

Bab ini menguraikan keadaan umum perusahaan yang meliputi sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan pembagian tugas, kegiatan perusahaan dan bidang usaha yang dijalankan oleh perusahaan.

### BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan inti masalah dari skripsi, yaitu pembahasan terhadap analisa permasalahan berdasarkan landasan teori dan memberikan solusi yang diperoleh untuk menjawab permasalahan-permasalahan pemasaran yang dihadapi perusahaan.

### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian akhir dari keseluruhan penulisan skripsi yang berisikan ikhtisar, kesimpulan dari hasil pembahasan dan saran-saran yang mungkin dapat dilakukan perusahaan dalam menjalankan operasinya.