

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran dapat menafsirkan kebutuhan-kebutuhan konsumen dan mengkombinasikan dengan data pasar seperti lokasi konsumen dan perilaku kebutuhan mereka. Secara lebih luas pemasaran dapat diterjemahkan sebagai suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain. Jika dilihat dari struktur tugasnya, pemasaran berfungsi untuk menemukan barang dan jasa tersebut ke tempat konsumen berada pada waktu yang diinginkan dengan harga yang terjangkau tetapi tetap menguntungkan.

Untuk dapat memenuhi kebutuhan barang dan jasa tersebut maka diperlukan kegiatan pemasaran. Kegiatan pemasaran adalah sebagai salah satu aspek yang sangat penting guna terpenuhinya kebutuhan dan keinginan manusia, karena tanpa adanya kegiatan pemasaran barang dan jasa yang dihasilkan atau ditawarkan maka tidak dapat sampai kepada mereka yang membutuhkan. Kegiatan pemasaran yang terpadu dan saling menunjang satu sama lain disebut bauran pemasaran (marketing mix) yaitu produk, harga, distribusi dan promosi. Keberhasilan perusahaan di bidang pemasaran didukung oleh keberhasilan dalam memilih produk yang tepat, harga yang layak, saluran distribusi yang baik dan promosi yang efektif. Untuk mencapai tujuan

pemasaran, keempat unsur tersebut harus saling mendukung sehingga keberhasilan di bidang pemasaran diharapkan diikuti oleh kepuasan konsumen. Pada umumnya konsumen merasa puas apabila produk yang digunakan sesuai dengan selera konsumen, harga yang layak, saluran distribusi yang baik dan adanya kebijakan promosi yang efektif.

Demikian pula pada Firma Kemakmuran yang merupakan agen teh bubuk dengan merek teh Kereta Listrik. Daerah pemasarannya adalah wilayah Sumatera Selatan terutama di daerah Lahat dan Pagar Alam. Berdasarkan data penjualan dapat dilihat perbedaan pada sebelum krisis moneter dan sesudah krisis moneter. Hal ini dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 1

Data Penjualan Teh Kereta Listrik Firma Kemakmuran
sebelum krisis moneter dan sesudah krisis moneter

Tahun	Penjualan (Dus)	Volume Penjualan
1995	5910	Rp 786.000.000,-
1996	6250	Rp 795.000.000,-
1997	6650	Rp 847.750.000,-
1998	9800	Rp 1.283.450.000,-
1999	9035	Rp 1.191.645.000,-
2000	7700	Rp 1.015.300.000,-
2001	5850	Rp 746.000.000,-

Berdasarkan data diatas dapat dilihat perbandingan peningkatan atau penurunan tingkat penjualan, seperti tabel berikut ini :

Tabel 2
Perbandingan Peningkatan/Penurunan Tingkat Penjualan
Teh Kereta Listrik pada Firma Kemakmuran

Tahun	Penjualan (Dus)	Peningkatan/Penurunan	%
1995	5910	-	-
1996	6250	260	4,3 %
1997	6650	400	6,4 %
1998	9800	3250	48,8 %
1999	9035	(765)	(7,8 %)
2000	7700	(1335)	(14,7 %)
2001	5850	(1850)	(24,1 %)

Rata - rata peningkatan penjualan = 19,8 %

Rata- rata penurunan penjualan = 15,5 %

Berdasarkan urian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada perusahaan Firma Kemakmuran dan menulis laporan penelitian itu dengan judul :
KEBIJAKAN PROMOSI YANG EFEKTIF DALAM MEMASARKAN TEH MEREK KERETA LISTRIK PADA FIRMA KEMAKMURAN.

B. Perumusan Masalah

Setiap perusahaan pada umumnya selalu menghadapi berbagai masalah, baik masalah yang sederhana maupun masalah yang sangat rumit. Besar kecilnya suatu

masalah tergantung juga pada besar kecilnya perusahaan tersebut. Demikian juga dengan perusahaan Firma Kemakmuran, dalam menjalankan kegiatan perusahaannya. Dari penelitian ini data yang berhasil dikumpulkan melalui pengamatan yang dilakukan oleh penulis maka penulis menemui beberapa masalah. Permasalahan yang dihadapi adalah yang berkaitan dengan judul skripsi ini yaitu kebijakan promosi yang efektif dalam memasarkan produk perusahaan.

Masalah-masalah yang dihadapi Firma Kemakmuran secara garis besar antara lain meliputi :

1. Kebijakan promosi yang belum efektif pada Firma Kemakmuran.
2. Adanya penyimpangan-penyimpangan dalam melaksanakan kebijakan promosi.
3. Kurangnya kebijakan promosi dalam memasarkan teh Kereta Listrik selama ini dibandingkan dengan pesaing.

Bertitik tolak dari masalah di atas, maka permasalahan pokoknya adalah kebijakan promosi yang efektif dalam memasarkan teh Kereta Listrik.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah :

1. Untuk memperoleh gambaran mengenai kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Untuk mengetahui penyimpangan-penyimpangan yang ada mengenai kegiatan promosi perusahaan yang efektif terhadap kegiatan pemasaran teh kereta listrik pada Firma Kemakmuran.

3. Untuk mengetahui promosi yang efektif terhadap kegiatan pemasaran teh Kereta Listrik pada Firma Kemakmuran.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang dilakukan adalah :

1. Bagi penulis : untuk melatih diri dan menambah ilmu pengetahuan dalam bidang penelitian, pengamatan, menganalisis, merumuskan masalah dan mencari solusi atau jalan keluar dalam bentuk skripsi ini.
2. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan dan bahan pertimbangan bagi Manajer Pemasaran Firma Kemakmuran untuk mengatasi masalah yang dihadapi berkaitan dengan penelitian ini.
3. Dapat menambah pengetahuan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

E. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian adalah suatu ilmu atau studi mengenai sistem, ataupun tindakan mengerjakan investigasi.

1. Jenis Penelitian

Untuk penulisan skripsi ini jenis penelitian yang digunakan lebih bersifat penelitian studi kasus, yaitu suatu penelitian yang mendeskripsikan phenomena-phenomena yang terjadi di sekitar objek penelitian, dengan maksud untuk mencari jalan penentuan penelitian lebih lanjut ataupun sekedar mencari tahu peristiwa yang terjadi sesungguhnya.

2. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut :

a. Wawancara (interview)

Yaitu mengadakan tanya jawab secara langsung dengan staf-staf pemasaran (marketing) dan administrasi Firma Kemakmuran yang ada relevansinya dengan kegiatan pemasaran.

b. Survey Lapangan

Yaitu informasi yang diperoleh langsung dari lapangan terhadap mekanisme kerja perusahaan Firma Kemakmuran yang ada kaitannya dengan obyek yang diteliti.

c. Dokumentasi

Berupa data-data tertulis yang diperoleh untuk kepentingan penelitian.

3. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif kualitatif, yaitu suatu penelitian yang menggunakan data berbentuk kata, kalimat, skema atau gambar dan pada tingkat analisis data yang tidak mengutamakan statistik, lebih dominan bersifat naratif.

F. Sistematika Penulisan

Dalam rangka penyusunan skripsi agar lebih terarah maka penulisan akan dibagi menjadi lima bab dimana antara bab yang satu dengan yang lainnya akan saling berkaitan dan merupakan satu kesatuan.

Secara sistematis skripsi ini disusun adalah sebagai berikut :

Bab I . PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dikemukakan Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan penelitian, Manfaat Penelitian, Metodologi Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

Bab II . LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan dibahas mengenai landasan teori yang dipergunakan untuk memberikan solusi atau jalan keluar dan masukan-masukan terhadap masalah yang ada, yaitu kebijakan promosi yang efektif dalam kegiatan pemasaran pada Firma Kemakmuran.

Bab III . GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN FIRMA KEMAKMURAN

Dalam bab ini akan dibahas tentang Sejarah Singkat Perusahaan, Lokasi , Struktur Organisasi, Perkembangan Aktivitas, dan Aktivitas pada Bidang Penjualan .

Bab IV . KEBIJAKAN PROMOSI YANG EFEKTIF DALAM MEMASARKAN TEH MEREK KERETA LISTRIK PADA FIRMA KEMAKMURAN

Dalam bab ini merupakan tinjauan dan pembahasan dari data-data yang telah disajikan dari bab sebelumnya dengan menghubungkan antara hal yang satu dengan yang lainnya sehingga dapat terlihat dengan jelas kelemahan-kelemahan yang terjadi pada perusahaan. Selanjutnya akan diuraikan mengenai : Kebijakan promosi yang efektif dalam memasarkan teh merek Kereta Listrik pada Firma Kemakmuran.

Bab V . KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini merupakan bab terakhir dari penulisan skripsi. Pada bab terakhir ini pembahasan terhadap analisis pada bab sebelumnya akan ditarik suatu kesimpulan mengenai kebijakan promosi yang efektif dalam memasarkan teh Kereta Listrik pada Firma Kemakmuran.

Dan juga memberikan saran-saran, yang kiranya dapat dijadikan sebagai jalan keluar dari permasalahan-permasalahan yang sedang dihadapi perusahaan tersebut di masa mendatang.