

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Hal yang menjadi acuan setiap perusahaan untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya, yaitu mencapai tingkat laba yang dikehendakinya. Salah satu upaya yang dilakukan setiap perusahaan dalam upaya mencapai tingkat laba yang dikehendaki yaitu meningkatkan penjualannya.

Pada masa krisis moneter yang sedang terjadi saat ini. Dimana masa krisis ini sangat mempengaruhi kehidupan perekonomian nasional pada umumnya dan kelangsungan hidup perusahaan pada khususnya. Dampak yang ditimbulkan akibat krisis moneter saat ini mengakibatkan terhambatnya pembangunan yang dilaksanakan disegala bidang khususnya di bidang ekonomi. Sedangkan dampak yang ditimbulkan terhadap perusahaan-perusahaan dalam negeri yaitu, terancamnya kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri. Akibat terancamnya kelangsungan hidup perusahaan, maka banyak perusahaan yang tidak dapat mempertahankan keberadaannya. Sehingga akhirnya banyak perusahaan yang terpaksa gulung tikar/ tutup.

Berbagai usaha yang ditempuh oleh setiap perusahaan dalam menjamin kelangsungan hidup perusahaannya akan mengalami berbagai permasalahan. Adapun kendala-kendala yang dihadapi setiap perusahaan pada masa krisis moneter sekarang ini antara lain:

- a. penjualan yang semakin menurun
- b. biaya produksi yang semakin besar
- c. sulitnya mencari modal tambahan dalam membiayai pengoperasian perusahaannya.

Maka untuk menghadapi kendala-kendala tersebut di atas setiap perusahaan harus dapat mencari solusinya agar kelangsungan kehidupan perusahaan dapat tetap terjamin. Kelangsungan hidup perusahaan harus tetap dipertahankan karena sesuai dengan tujuan dari perusahaan yaitu menurut "Basu Swasta (1993:18)" Tujuan perusahaan yaitu :

- a. Keuntungan optimal
- b. Kelangsungan hidup (survival)
- c. Pertumbuhan perusahaan
- d. Kesejahteraan masyarakat
- e. Prestise.

Agar dapat mewujudkan tujuan perusahaan tersebut di atas maka perlu bagi setiap perusahaan untuk meningkatkan penjualannya disamping menekan biaya produksi seminimal mungkin. Untuk itu perlu dicari solusi bagaimana upaya meningkatkan penjualan dalam hubungannya pada saat krisis moneter sekarang ini.

Dalam upaya meningkatkan penjualan perusahaan, maka dibutuhkan manajemen yang handal yang mampu membaca situasi lingkungan external dan kondisi internal perusahaan. Manajemen yang baik dapat menganalisis peluang dan ancaman yang datang dari luar perusahaan. Peluang yang ada hendaknya dimanfaatkan dengan sebaiknya dan berusaha menghadapi ancaman-ancaman yang

berasal dari lingkungan external perusahaan. Disamping itu Manajemen juga harus dapat membaca kondisi di dalam perusahaan yaitu mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaannya sendiri. Kekuatan dalam perusahaan ditonjolkan dan berupaya memanfaatkan kelemahannya untuk dijadikan kekuatan dalam perusahaan.

Dengan demikian maka dibutuhkan suatu strategi yang dapat mengkaitkan sumber daya yang ada untuk memanfaatkan peluang atau ancaman pada waktu sekarang maupun dimasa yang akan datang.

Untuk itu setiap perusahaan harus menyusun strategi yang tepat dengan memanfaatkan sumber daya yang ada. Penerapan strategi dalam upaya meningkatkan penjualan adalah penting bagi manajemen, hal ini disebabkan manajemen ingin mengetahui seberapa jauh strategi yang diterapkan dapat mempengaruhi tingkat penjualan perusahaan.

Dengan adanya suatu manajemen strategi yang tepat, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan penjualannya pada masa krisis moneter saat ini. Selain itu juga dengan adanya manajemen strategi yang baik dapat mengatasi berbagai permasalahan yang timbul. Dengan demikian sudah sewajarnya bagi manajemen setiap perusahaan agar memiliki kemampuan menyusun strategi yang tepat agar perusahaannya dapat terus meningkatkan penjualannya di saat seperti sekarang ini.

Bertitik tolak dari uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan analisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan penjualan pada PT. Susel Prima Permai.

1.2. Perumusan Masalah

Sebagaimana telah kita ketahui bahwa salah satu cara yang ditempuh setiap perusahaan dalam mencapai tingkat laba yang dikehendaki yaitu dengan meningkatkan penjualannya. Penjualan setiap perusahaan dari periode ke periode tentunya tidak sama. Ada perusahaan yang memiliki statistik yang menunjukkan penjualannya mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, ada juga perusahaan yang mengalami penjualan yang stabil, dan ada pula perusahaan yang mengalami penurunan penjualannya.

Berikut ini disajikan data penjualan PT. Susel Prima Permai tahun 1994 sampai dengan tahun 1998 sebagai berikut:

TABEL I.1.

**PT. SUSEL PRIMA PERMAI
DATA PENJUALAN
TAHUN 1994 S/D 1998**

TAHUN	PENJUALAN (RP)	% PERU- BAHAN	KUANTITAS (KGS)	% PERU- BAHAN
1994	3,022,401,569		3,552,149	
1995	3,115,877,906	3%	3,623,192	2%
1996	3,271,671,801	5%	3,731,888	3%
1997	4,253,173,342	30%	4,634,165	24%
1998	4,508,363,742	6%	4,865,873	5%

Sumber : PT. Susel Prima Permai

Bertitik tolak dari data tersebut di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut yaitu

1. apa yang menyebabkan peningkatan penjualan pada PT. Susel Prima Permai
2. faktor-faktor apa yang mempengaruhi peningkatan penjualan perusahaan.

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Adapun tujuan dari penelitian skripsi ini adalah :

1. Untuk mengetahui perubahan tingkat penjualan pada PT. Susel Prima Permai Palembang dari tahun 1994 sampai dengan tahun 1998.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi peningkatan penjualan pada PT. Susel

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk memberi masukan bagi pihak perusahaan mengenai faktor-faktor apa yang dapat mempengaruhi tingkat penjualannya, sehingga penjualannya mengalami peningkatan yang berarti.
2. Bagi penulis, penelitian ini merupakan kesempatan yang sangat baik untuk menerapkan teori yang didapatkan selama kuliah dengan mempraktekannya di sebuah perusahaan.
3. Adapun kegunaan lain dari penelitian ini yaitu memberikan sumbangan-sumbangan yang mungkin dapat membantu bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

1.4. Hipotesis

Adapun Hipotesis yang dapat ditarik dari penelitian ini ialah: bahwa peningkatan penjualan pada PT. Susel Prima Permai dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal perusahaan.

1.5. Metodologi Penelitian

1.5.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Susel Prima Permai Palembang yang terletak di Jalan Lingkaran I Dempo Luar Palembang.

1.5.2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah Studi Kasus, yaitu dengan memusatkan penelitian secara mendalam dan intensif pada obyek yang diteliti, dalam hal ini PT. Susel Prima Permai Palembang.

1.5.3. Sumber Data

Data yang dipergunakan dalam penulisan skripsi ini adalah:

1. Data Primer

Yaitu data yang dikumpulkan secara langsung dari obyek yang diteliti, dalam hal ini PT. Susel Prima Permai.

2. Data Sekunder

Yaitu pengumpulan data dengan mempelajari masalah yang berhubungan dengan obyek yang diteliti melalui buku-buku pedoman, literatur yang disusun oleh para ahli yang berhubungan dengan masalah yang dianalisis.

1.6. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu dengan cara: 1. Observasi

Yaitu pengamatan langsung ke obyek penelitian dengan mencatat secara sistematis data yang dibutuhkan

2. Interview

Yaitu mengadakan wawancara dengan pimpinan atau karyawan yang dianggap dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

1.7. Teknik Analisis

Teknik analisis yang digunakan dalam membahas permasalahan faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan penjualan pada PT. Susel Prima Permai adalah : teknik analisis kuantitatif dan kualitatif.

- Analisis Kwantitatif

Analisis ini dengan menggunakan analisis regresi dan analisis korelasi.

- Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif dilaksanakan dengan menganalisis faktor-faktor yang relevan dengan tujuan penelitian.

1.8. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini, dimaksudkan agar dapat memberikan gambaran yang jelas secara garis besar sehingga terlihat secara jelas hubungan antar bab. Secara garis besar skripsi ini terdiri dari lima bab yang mempunyai rumusan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini penulis menguraikan mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, hipotesis, metodologi penelitian,

metode pengumpulan data, teknik analisis dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Dalam bab ini penulis menguraikan landasan teori yang digunakan penulis untuk membahas permasalahan yang ada yaitu meliputi: Definisi pemasaran dan konsep dasar pemasaran, produk, harga, distribusi, promosi, dan Kurs.

BAB III : Tinjauan Umum Perusahaan

Dalam bab ini akan diuraikan sejarah berdirinya perusahaan, aktivitas perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan pembagian tugas, data penjualan.

BAB IV : Analisis

Dalam bab ini berisi alat analisis yang digunakan, teknis analisis, analisis produk, harga dan promosi penjualan.

BAB V : Kesimpulan dan Saran

Dalam bab ini penulis melakukan rangkuman yang berupa kesimpulan-kesimpulan dan saran-saran. Kesimpulan dan saran ini penulis rangkum dari hasil analisis yang diuraikan pada bab sebelumnya.