

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa sekarang ini Indonesia sedang giat melaksanakan pembangunan di segala bidang. Pembangunan merupakan serangkaian kegiatan atau usaha yang dinamis untuk mencapai kemajuan dan tujuan yang diharapkan. Tujuan pembangunan yang dilaksanakan di segala bidang adalah untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat, kecerdasan dan kesejahteraan seluruh masyarakat dengan jalan membuka kesempatan berusaha seluas-luasnya guna mewujudkan keadilan bagi seluruh masyarakat Indonesia. Pembangunan dapat dijadikan tolak ukur dalam usaha pencapaian cita-cita bangsa. Gerak pembangunan yang dinamis memerlukan tanggung jawab dari semua pihak dengan ikut berpartisipasi di segala bidang pembangunan.

Tujuan pembangunan nasional adalah untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur, material dan spiritual berdasarkan atas Pancasila dimana telah diatur dengan jelas dalam Pola Umum Pembangunan Nasional sebagai salah satu bagian dari Garis-Garis Besar Haluan Negara.

Tujuan pembangunan tersebut hanya dapat dicapai dengan melaksanakan pembangunan di segala bidang. Salah satu bidang pembangunan yang sampai saat ini memegang peranan yang

sangat penting adalah bidang ekonomi. Pembangunan bidang ekonomi memerlukan peran aktif masyarakat, sementara pemerintah berkewajiban untuk memberi arahan dan bimbingan terhadap pertumbuhan ekonomi serta berusaha menciptakan iklim yang sehat bagi perkembangan dunia usaha.

Dalam pembangunan saat ini dan juga pada masa yang akan datang, sektor swasta mempunyai peranan yang sangat besar di bidang perdagangan karena banyak memberikan kontribusi terhadap laju pembangunan/ Peranan itu dapat mendorong kegiatan yang berkelanjutan pada sektor-sektor yang lain.

Usaha yang dilakukan oleh pemerintah adalah memberikan suatu keleluasaan pada pihak swasta dan BUMN untuk melakukan pengembangan usaha. Hal ini sangat berperan penting dalam usaha pemenuhan kebutuhan masyarakat akan kesempatan berusaha dan berniaga. Dalam hal ini suatu perusahaan yang diberikan suatu kemudahan fasilitas dari pemerintah guna pengembangan usaha tersebut mempunyai suatu organisasi yang baik.

Guna kelancaran jalannya organisasi, perusahaan mempunyai suatu tujuan dimana salah satu tujuannya adalah untuk mendapatkan keuntungan. Dengan kata lain, suatu organisasi haruslah memiliki suatu perencanaan, pengkoordinasian dan pengendalian yang efektif sebagai fungsi dasar manajemen dalam menjalankan kegiatan-kegiatan operasionalnya untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Untuk mencapai tujuan yang diharapkan itu, organisasi hendaknya memiliki perencanaan-perencanaan yang efektif. Salah satu yang harus direncanakan oleh suatu organisasi adalah strategi pemasaran. Adanya strategi pemasaran ini oleh pimpinan organisasi/perusahaan dapat dijadikan dasar dalam menjalankan perusahaan dan juga dapat secara langsung sebagai alat pengendali untuk mengetahui apakah strategi yang dilaksanakan telah berjalan sesuai dengan rencana.

Penyusunan strategi pemasaran berhubungan dengan berbagai fungsi dalam organisasi perusahaan seperti bagian penjualan, produksi, pemasaran dan keuangan. Setiap bagian atau divisi dalam suatu perusahaan perlu menyusun strategi untuk bagiannya masing-masing. James A.F. Stoner mendefinisikan strategi dari dua perspektif yang berbeda yaitu dari perspektif mengenai apa yang dilakukan oleh suatu organisasi dan perspektif mengenai apa yang akhirnya akan dilakukan oleh organisasi.^{1/}

CV. Citra Indah Sentosa adalah salah satu perusahaan yang melakukan kegiatan produksi dan menyalurkan produksinya ke pihak-pihak yang membutuhkannya yakni keramik. Untuk mencapai tujuannya, perlu disusun suatu strategi pemasaran.

1/ James F. Stoner, Manajemen, terjemahan, Edisi Kedua, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1996, hal 136

Dalam usaha mengantisipasi keuntungan bagi perusahaan untuk periode yang akan datang, perusahaan perlu menetapkan suatu target penjualan. Hal ini wajar karena penjualan merupakan sumber utama pendapatan perusahaan. Bagi perusahaan, besarnya volume penjualan haruslah diramalkan serealistis mungkin dan secara cermat.

Untuk itulah, penyusunan strategi pemasaran mengenai pemilihan strategi pemasaran dianggap salah satu langkah penting dalam penyusunan strategi umum dalam perusahaan.

Bertitik tolak dari uraian di atas, maka penulisan skripsi ini mengambil judul "PEMILIHAN STRATEGI PEMASARAN YANG TEPAT GUNA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN KERAMIK PADA CV. CITRA INDAH SENTOSA".

1.2. Perumusan Masalah

Perusahaan sering menghadapi masalah yang rumit dan beraneka ragam dalam menjalankan kegiatan-kegiatan di bidang penjualan. Dalam usahanya meningkatkan penjualan, perusahaan sering tidak mempedulikan akibat yang akan timbul di kemudian harinya atau sebaliknya dengan menambah biaya produksi untuk meningkatkan volume penjualan. Maka dari itulah perusahaan perlu menyusun suatu strategi pemasaran dengan

harapan dapat dilaksanakan dengan baik sehingga tercapailah tujuan yang diinginkan oleh perusahaan.

Pemilihan strategi pemasaran yang tepat sebagai suatu strategi yang akan melibatkan berbagai bagian atau divisi yang ada dalam struktur organisasi perusahaan. Dalam divisi penjualan perlu menyusun suatu rangkaian/skema penjualan barang yang akan dijadikan pedoman dalam pelaksanaan kegiatan juga dalam memilih strategi yang tepat. Untuk itulah perlu disusun suatu strategi pemasaran secara cermat dan baik sehingga dapat mendatangkan manfaat bagi perusahaan.

Seperti yang diuraikan di atas, CV. Citra Indah Sentosa sangat mengharapkan keuntungan dari penjualannya. Sehubungan dengan itu, penyusunan strategi mempunyai peranan yang penting dalam menetapkan target volume penjualan. Oleh karena itu, penyusunan strategi yang tepat perlu mendapatkan perhatian yang serius dari manajemen perusahaan agar target yang ditetapkan dapat tercapai.

Berdasarkan latar belakang dan keterangan di atas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi ini adalah :

1. Apakah strategi pemasaran yang ada telah tepat ?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan volume penjualan pada CV. Citra Indah Sentosa ?

1.3. Kerangka Pemikiran

Perencanaan dan pengendalian manajemen merupakan salah satu hal penting dari fungsi manajemen yang dilakukan oleh suatu perusahaan, terutama bagi perusahaan yang memiliki banyak aktivitas atau kegiatan yang dimulai dari kegiatan produksi sampai penjualan hasil produksi dalam rangka mendapatkan keuntungan.

Suatu perusahaan haruslah menyusun suatu rencana untuk masa yang akan datang biasanya penuh dengan ketidakpastian dan timbulnya berbagai alternatif lain yang akan membingungkan. Dalam pelaksanaan perencanaan yang telah disusun oleh perusahaan, diperlukan pengendalian yang pada dasarnya adalah membandingkan antara rencana dengan pelaksanaannya yang sesungguhnya. Dengan adanya pengendalian, penyimpangan-penyimpangan yang terjadi dalam pelaksanaan dapat ditemukan.

Strategi perusahaan merupakan salah satu alat yang tepat untuk perencanaan dan pengendalian dalam suatu perusahaan. Strategi yang ditentukan oleh perusahaan harus mencakup seluruh kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan termasuk bagian pemasaran. Strategi pemasaran sangat berkaitan dengan strategi produk. Kedua strategi itu harus saling mendukung dan berhubungan satu sama lain. Drucker memandang kedua fungsi dasar dunia usaha itu sebagai invasi dan pemasaran.^{2/}

^{2/} Harold Koontz, Cyril O'Donnell, Heinz Weihrich, Manajemen. Edisi Kedelapan, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1991, hal 189

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dengan jelas gambaran umum tentang perusahaan CV. Citra Indah Sentosa.
2. Untuk mengetahui permasalahan yang berkaitan dengan penjualan pada CV. Citra Indah Sentosa.
3. Memberikan masukan pada manajer sebagai dasar dalam pengambilan keputusan yang benar.

1.5. Metodologi Penelitian

1.5.1. Lokasi Penelitian

Penelitian berlokasi di CV. Citra Indah Sentosa, Jl. Kolonel Atmo No. 695/1 17 Ilir Palembang.

1.5.2. Metode Penarikan Sampel

Berdasarkan data yang ada, metode penarikan sampel yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode purposive sampel. Yang dimaksud dengan Metode Purposive Sampel adalah suatu cara

penarikan data yang ditentukan secara sengaja dengan mengambil sebagian sampel atau contoh sebagai subyek penelitian.

1.5.3. Metode Pengumpulan Data

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan dua macam research, yaitu :

1. Penelitian Lapangan yaitu penelitian secara langsung ke CV. Citra Indah Sentosa Palembang untuk mendapatkan data dan fakta mengenai obyek penelitian.

2. Studi Pustaka

yaitu penelitian untuk mendapatkan dan mengumpulkan data melalui literatur-literatur. Dalam melakukan penelitian dibutuhkan data-data yang dihasilkan. Adapun cara penulis mendapatkan dan mengumpulkan data dengan menggunakan data primer dan data sekunder.

Adapun pengertian data tersebut adalah :

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh perseorangan atau organisasi langsung melalui obyeknya.

2. Data Sekunder

Data Sekunder dipergunakan dalam bentuk yang sudah dikumpulkan oleh pihak atau instansi lain.

Sedangkan tehnik pengumpulan datanya penulis menggunakan metode :

1. Wawancara

Wawancara dengan mengadakan tanya jawab langsung kepada karyawan atau petugas yang relevan yang sesuai dengan tujuan sehingga dapat diperoleh data yang diperlukan.

2. Observasi

Dengan melakukan pengamatan dan pencatatan obyek yang diteliti yaitu aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan judul skripsi ini.

1.5.4. Teknik Analisis

Dalam penyusunan skripsi ini, informasi dan data-data yang dikumpulkan akan dianalisa sesuai dengan kerangka pikir yang digunakan oleh penulis. Adapun pembahasan dalam skripsi ini akan dilakukan dengan menggunakan analisis deskripsi dan cara berpikir deduktif, dimana teori-teori

yang bersifat umum akan digunakan untuk menganalisis permasalahan tersebut yang telah dilakukan oleh perusahaan dan yang akan dipilih sebagai alternatif strategi untuk diterapkan oleh CV. Citra Indah Sentosa.

1.6. Sistematika Pembahasan

Dalam menulis skripsi ini, penulis menggunakan sistem pembahasan yang menggambarkan. Secara garis besarnya skripsi ini terdiri dari lima bab yang susunannya sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Di dalam bab ini digambarkan tentang latar belakang, perumusan masalah, kerangka tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori

Pada bab ini merupakan landasan teori dimana dikemukakan mengenai teori-teori yang akan dipakai untuk pembahasan pada skripsi ini.

BAB III Gambaran Umum Perusahaan

Pada bab ini dikemukakan tentang sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, bidang usaha dan aktivitas perusahaan, pembagian tugas pada perusahaan pada umumnya.

BAB IV Analisis

Pada bab ini penulis menganalisa permasalahan yang ada pada perusahaan berdasarkan perbandingan antara data yang dikumpulkan dengan teori-teori yang dipakai.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Bab ini merupakan bab yang mengakhiri bab-bab sebelumnya, dimana pada bab ini akan diungkapkan kesimpulan dan saran-saran yang mungkin akan berguna bagi perusahaan dan memberikan masukan pada manajer sebagai dasar dalam pengambilan keputusan yang tepat dan benar.