

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini kegiatan pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam dunia usaha karena pemasaran dan produksi merupakan fungsi pokok bagi perusahaan. Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Stanton,1996:10).

Pada umumnya para produsen tidak menjual produk yang dihasilkan langsung kepada konsumen tetapi dengan perantara pemasaran untuk mengirimkan produk-produknya kepasar.

Perantara pemasaran adalah usaha bisnis yang berdiri sendiri dan beroperasi sebagai penghubung antara produsen dan konsumen akhir atau pemakai dari kalangan industri (Stanton,1991:5).

PT. TOPJAYA SARANA UTAMA Palembang merupakan distributor barang elektronik merk TOSHIBA untuk wilayah Palembang, Baturaja, Prabumulih, Lubuk Linggau, Jambi dan Bengkulu. Saluran Distribusi yang digunakan adalah saluran distribusi tak langsung yaitu:

Distributor-----→ Pengecer-----→ Konsumen

TABEL 1
DAFTAR VOLUME PENJUALAN PT. TOPJAYA SARANA UTAMA PALEMBANG TAHUN 1996 SAMPAI 2000

PRODUK	DAERAH	1996 (Y)	TARGET	PROSENTASE	1997 (Y)	TARGET	PROSENTASE	1998 (Y)	TARGET	PROSENTASE	1999 (Y)	TARGET	PROSENTASE	2000 (Y)	TARGET	PROSENTASE
Televisi	Palembang	2950	2885	1,02	3040	2910	1,04	2800	2673	1,04	3150	2910	1,08	3330	3105	1,07
	Jambi	625	800	0,78	635	816	0,77	750	930	0,80	800	1050	0,75	850	1000	0,85
	Baturaja	350	350	1,00	340	500	0,68	325	295	1,10	400	350	1,14	385	325	1,18
	Prabumulih	288	290	0,99	290	218	1,33	300	210	1,42	305	257	1,18	290	197	0,97
	Lubuk Linggau	192	160	1,2	165	194	0,85	155	186	0,83	160	154	1,03	200	162	1,23
Kulkas	Bengkulu	390	385	1,01	320	450	0,71	250	400	0,62	300	500	0,60	275	500	0,55
	Palembang	2580	2520	1,02	2625	2540	1,03	2500	2330	1,07	2740	2542	1,07	2940	2700	1,08
	Jambi	540	714	0,75	555	720	0,77	625	810	0,77	600	945	0,63	630	940	0,67
	Baturaja	315	252	1,25	295	225	1,31	285	250	1,14	300	325	0,92	330	350	0,94
	Prabumulih	287	252	1,13	250	200	1,25	268	225	0,95	270	250	1,08	254	258	0,98
AC	Lubuk Linggau	165	140	1,17	150	150	1,00	145	121	1,19	145	135	1,07	170	140	1,20
	Bengkulu	370	400	0,92	350	423	0,82	250	400	0,62	280	450	0,62	275	475	0,57
	Palembang	580	582	0,99	600	585	1,02	550	532	1,03	620	582	1,06	680	618	1,10
	Jambi	120	165	0,72	130	165	0,78	150	185	0,81	160	216	0,74	150	225	0,67
	Baturaja	75	70	1,07	70	75	1,00	65	80	0,81	55	85	0,64	70	65	1,07
Mesin Cuci	Prabumulih	75	60	1,25	55	45	1,22	55	46	1,19	55	51	1,07	50	55	0,90
	Lubuk Linggau	38	35	1,08	35	45	0,79	25	27	0,92	30	30	1,00	40	32	1,25
	Bengkulu	64	77	0,83	70	97	0,72	50	80	0,62	60	90	0,67	55	85	0,64
	Palembang	440	432	1,01	480	435	1,10	400	395	1,01	430	438	0,98	500	462	1,08
	Jambi	95	122	0,77	100	123	0,81	95	138	0,68	120	160	0,75	110	160	0,68
Freezer	Baturaja	50	43	1,16	40	50	0,80	45	45	1,00	55	42	1,30	50	48	1,04
	Prabumulih	35	43	0,81	45	34	1,32	47	35	1,34	40	38	1,05	40	42	0,98
	Lubuk Linggau	30	25	1,20	30	28	1,07	28	20	1,40	35	30	1,00	40	35	1,14
	Bengkulu	58	58	1,00	50	65	0,76	40	60	0,67	45	70	0,64	45	80	0,56
	Palembang	520	510	1,01	555	507	1,09	500	465	1,07	560	508	1,10	615	540	1,13
VCD	Jambi	110	140	0,78	115	140	0,82	115	162	0,70	140	190	0,73	130	180	0,72
	Baturaja	70	50	1,40	40	60	0,67	40	45	0,88	50	60	0,83	78	70	1,11
	Prabumulih	30	52	0,57	37	55	0,67	50	40	1,25	50	45	1,11	56	52	1,07
	Lubuk Linggau	35	25	1,40	28	33	0,84	25	30	0,83	35	30	1,16	37	35	1,07
	Bengkulu	50	68	0,73	40	55	0,72	40	65	0,61	45	70	0,64	50	80	0,62
	Palembang	280	288	0,97	300	290	1,03	250	270	0,92	300	290	1,03	335	310	1,08
	Jambi	60	81	0,74	65	82	0,79	65	95	0,68	80	108	0,74	70	108	0,65
	Baturaja	35	28	1,25	35	30	1,16	30	30	1,00	36	30	1,20	33	32	1,03
	Prabumulih	30	30	1,00	30	25	1,20	30	23	1,30	30	25	1,20	30	30	1,00
	Lubuk Linggau	20	15	1,33	17	20	0,85	17	15	1,13	20	20	1,00	15	16	0,93
Bengkulu	20	35	0,57	15	48	0,31	15	30	0,50	20	30	0,67	20	45	0,44	

Untuk mengetahui permasalahan yang ada di PT. TOPJAYA SARANA UTAMA Palembang maka penulis menyajikan Tabel 1 berupa daftar volume penjualan, target dan persentase penjualan perunit dan perdaerah.

Dari uraian tabel diatas dapat dilihat bahwa pada beberapa tahun terakhir ini di beberapa daerah mengalami penurunan volume penjualan di berbagai produk, akan tetapi daerah Bengkulu mengalami penurunan yang cukup drastis hampir di semua produk hal ini dapat dilihat dari prosentase rata-rata produk televisi sebesar 0.68%, kulkas sebesar 0.67%, AC sebesar 0.69%, mesin cuci sebesar 0.71%, frezeer sebesar 0.67% dan VCD sebesar 0.47% dibandingkan didaerah lain. Keterangan ini dapat dilihat dari tabel 1 pada persentase penjualan tiap-tiap tahun pada daerah Bengkulu dan tiap produk yang terus menerus mengalami penurunan. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pimpinan PT. TOPJAYA SARANA UTAMA Palembang daerah Bengkulu mengalami banyak penurunan disebabkan oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun eksternal. Dari segi internal yaitu karakteristik dealer yang sulit dalam hal pembayaran piutang, kecilnya pangsa pasar yang ada, dan juga daya beli masyarakatnya yang menurun. Sedangkan dari segi eksternal yaitu kendala dalam hal jarak antara Palembang dan Bengkulu yang jauh dan sulit terjangkau, faktor alam juga mempengaruhi yaitu adanya bencana alam berupa gempa bumi yang terjadi akhir-akhir ini melanda daerah Bengkulu. Faktor internal dan eksternal ini sangat berpengaruh terhadap volume penjualan PT.TOPJAYA SARANA UTAMA Palembang beberapa tahun terakhir ini.

Bertolak dari uraian diatas maka penulis mencoba memberikan solusi pemecahan masalah melalui suatu penelitian dalam upaya meningkatkan volume penjualan PT. TOPJAYA SARANA UTAMA Palembang, khususnya pada daerah Bengkulu. Oleh karena itu judul yang akan diambil dalam penulisan skripsi ini adalah “USAHA-USAHA UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN BARANG ELEKTRONIK PT. TOPJAYA SARANA UTAMA PALEMBANG PADA DAERAH BENGKULU”.

B. Perumusan Masalah

PT.TOPJAYA SARANA UTAMA Palembang adalah perusahaan yang bergerak dibidang pemasaran barang-barang elektronik merk TOSHIBA untuk wilayah Palembang, Jambi, Bengkulu, Lubuk Linggau, Prabumulih, Baturaja. Pada tahun-tahun terakhir ini mengalami penurunan volume penjualannya pada beberapa daerah. Daerah Bengkulu mengalami penurunan yang sangat drastis dibandingkan dengan daerah lain.

Oleh sebab itu permasalahan yang akan dibahas dalam penulisan skripsi ini adalah

1. Bagaimana kekuatan, kelemahan, kesempatan dan tantangan dalam memasarkan produk didaerah Bengkulu?
2. Faktor utama apa yang menyebabkan terjadinya penurunan penjualan didaerah Bengkulu ?

3. Bagaimana kebijaksanaan atau strategi pemasaran yang akan dikembangkan oleh perusahaan di daerah Bengkulu?

C. Pembatasan Masalah

Sesuai dengan judul skripsi ini, maka ruang lingkup pembatasan masalah ini hanya terbatas pada Bagaimana meningkatkan Volume Penjualan pada Daerah Bengkulu saja. Daerah lainnya dianggap stabil.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah

- a. Mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan pada PT. TOPJAYA SARANA UTAMA Palembang dalam memasarkan produk di daerah Bengkulu.
- b. Untuk menemukan faktor-faktor utama yang menyebabkan penurunan volume penjualan pada daerah Bengkulu.
- c. Menerapkan suatu strategi pemasaran baru yang akan diterapkan perusahaan.

2. Kegunaan Penelitian

Manfaat dari penulisan proposal penelitian ini adalah

- a. Dapat memberi masukan kepada perusahaan dalam mengevaluasi kebijaksanaan pemasaran tentang saluran distribusi yang telah ditetapkan.

- b. Untuk menerapkan teori-teori yang telah dipelajari oleh penulis selama mengikuti kuliah di STIE Musi Palembang, khususnya mata kuliah manajemen Pemasaran.
- c. Untuk menambah pengalaman dan pengetahuan bagi penulis dalam bidang penelitian dan pemasaran.

E. Metodologi penelitian

Pada metodologi penelitian ini akan dibahas tahap-tahap penelitian yang akan dilakukan dalam memecahkan permasalahan. Metodologi penelitian diperlukan terlebih dahulu agar proses pemecahan masalah akan lebih terarah dan mempermudah proses pengamatan.

1. Objek Penelitian

a. Keadaan Umum Perusahaan

PT. TOPJAYA SARANA UTAMA Cabang Palembang merupakan perusahaan distributor barang-barang elektronik merek TOSHIBA untuk wilayah Palembang, Baturaja, Prabumulih, Lubuk Linggau, Jambi dan Bengkulu. Adapun produk-produk elektronik yang dijual adalah Televisi, Kulkas, Frezeer, Vcd, Mesin cuci, dan Ac. Dari segi wilayah yang ada maka yang ingin dibahas oleh penulis dalam penelitian ini adalah daerah Bengkulu yang mengalami penurunan volume penjualan yang cukup drastis pada semua produk dibandingkan dengan daerah lain.

b. Lokasi Perusahaan

PT. TOPJAYA SARANA UTAMA Cabang Palembang berlokasi di Jalan Dempo Dalam No. 412 A/77 Palembang.

2. Variabel –Variabel Penelitian

Beberapa tahun terakhir ini di beberapa daerah sedang mengalami penurunan volume penjualan pada berbagai produk, Akan tetapi Daerah Bengkulu mengalami penurunan yang cukup drastis hampir disemua produk, hal ini dapat dilihat dari persentase rata-rata produk Televisi sebesar 1,68%, Kulkas sebesar 0,67 %, Ac sebesar 0,69 %, Mesin cuci sebesar 0,71 %, Frezeer sebesar 0,67 % dan Vcd sebesar 0,47 % dibandingkan daerah lain.

Variabel-variabel penelitian yang akan penulis sampaikan pada penelitian ini adalah

- a. Masalah kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan atau ancaman yang mungkin terjadi dalam hal produk, sistem pemasaran dan hubungan relasi antara perusahaan dengan pengecer. Yang dimaksud dengan kekuatan adalah nilai lebih yang mungkin dimiliki oleh suatu perusahaan sehingga dengan nilai lebih tersebut mereka tetap dapat bertahan dalam persaingan. Kelemahan adalah kekurangan yang mungkin dapat menyebabkan sebuah perusahaan menjadi bangkrut karena tidak dapat bertahan dengan situasi yang ada. Peluang adalah kesempatan yang mungkin dimiliki oleh sebuah perusahaan yang dapat digunakan untuk kemajuan perusahaan. Dan ancaman merupakan

persaingan yang dilakukan oleh perusahaan lain yang dapat membahayakan kelangsungan hidup suatu perusahaan.

- b. Faktor kelemahan dan ancaman yang dapat menjadi faktor utama yang menyebabkan terjadinya penurunan penjualan didaerah Bengkulu.
- c. Strategi pemasaran yang akan diterapkan perusahaan pada daerah Bengkulu adalah marketing mix yang terdiri atas price atau harga, product atau produk, place atau distribusi dan promotion atau promosi.

3. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian, yaitu

Tabel 1.2

Tabel Jenis Data dan Sumber Data

Jenis Data	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
Data Primer	Kuesioner	Dari pengecer dan konsumen yang ada diwilayah Bengkulu.
Data sekunder	1. Wawancara langsung 2. Dokumentasi	Dengan pimpinan PT. TOPJAYA SARANA UTAMA Cabang Palembang Data historis yang terdokumentasi di perusahaan.

4. Populasi dan Sample

- a. Populasi yang penulis ambil dalam penulisan penelitian ini adalah
 - 1) Unsur pimpinan PT. TOPJAYA SARANA UTAMA Cabang Palembang sebagai agen resmi dari barang-barang elektronik merek TOSHIBA.
 - 2) Unsur pimpinan pengecer atau pemilik produk-produk barang elektronik merek TOSHIBA yang ada di Bengkulu.

3) Konsumen

Konsumen yang sudah membeli dan memakai produk TOSHIBA ataupun pembeli yang hanya menanyakan atau berniat untuk membeli tetapi karena pengaruh suatu faktor maka ia tidak jadi membeli barang TOSHIBA, faktor tersebut dapat berupa harga, pelayanan dan sebagainya.

b. Sample

Adapun yang menjadi sample dalam penelitian ini adalah

1. Pimpinan PT. TOPJAYA SARANA UTAMA Cabang Palembang sebagai agen tunggal dari produk TOSHIBA yang mendistribusikan produk-produk TOSHIBA ke daerah Bengkulu dengan jumlah sample yang digunakan sebanyak 1 (satu) responden karena pimpinan PT. TOPJAYA SARANA UTAMA Cabang Palembang hanya satu orang. Pemilik toko atau pengecer yang ada di daerah Bengkulu yang hanya terdiri atas tiga pengecer maka semuanya akan dijadikan responden.
2. Konsumen yang ada di daerah Bengkulu baik calon pembeli maupun pelanggan tetap barang elektronik merek TOSHIBA. Teknik pengambilan sample yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Accidental Sampling yaitu sample dimana cara memilih elemen-elemen untuk menjadi anggota sampel ditentukan dengan subyektif sekali artinya sesuka hati saja (Supranto, 1997, 66).

3. Jumlah sample yang akan digunakan adalah 45 (empat puluh lima) responden dan setiap satu pengecer terdiri dari 15 (lima belas) responden yaitu konsumen toko tersebut. Untuk mengukur jawaban nilai kecenderungan kuisioener digunakan ukuran sebagai berikut :

a. Untuk kategori jawaban Ya

0 - 49 % = Kurang baik

50 - 74 % = Cukup baik

< 75 % = Baik Sekali

b. Untuk kategori jawaban Tidak

0 - 49 % = Kurang baik

50 - 74 % = Cukup baik

< 75 % = Baik Sekali

5. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data.

a. Teknik Pengolahan Data

Untuk menguji tingkat validitas dan reliabilitas data kuisioener baik dari pengecer ataupun konsumen digunakan program Microsoft Exel. Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui reaksi responden atas pertanyaan dan menghindari pengulangan pertanyaan yang tidak perlu serta menghindari pertanyaan yang sensitif dan menakut-nakuti. Maka digunakan korelasi product moment untuk validitas dan untuk

reliabilitas digunakan korelasi Spearman Brown dengan rumus sebagai berikut

$$r_1 = \frac{2 r_b}{1 + r_b}$$

r_b = koefisien korelasi product moment antara belahan pertama dan kedua.

b. Teknik analisis data yang digunakan pada tahap ini adalah analisis deskriptif yang meliputi

1. Identifikasi dan klasifikasi data

Yang dimaksud dengan identifikasi data adalah mencari hal-hal yang sama yang ada pada data. Sedangkan klasifikasi data adalah mengelompokkan data dalam kerangka analisis SWOT.

2. Interpretasi data

Yang dimaksud dengan interpretasi data adalah menterjemahkan data yang ada dalam bentuk kuantitas baik dari hasil kuesioner konsumen maupun hasil wawancara langsung dengan pimpinan PT. TOPJAYA SARANA UTAMA Cabang Palembang.

3. Mencari hubungan data serta analisis berdasarkan teori.

Mencari hubungan antara data yang satu dengan data yang lain kemudian dianalisis sesuai dengan teori SWOT dan pemasaran yang sesuai dengan masalah dan data yang ada.

4. Kesimpulan

Menarik kesimpulan sementara dari data dan hasil analisa yang telah ditemukan. Dan akan dikembangkan lebih lanjut lagi pada kesimpulan akhir.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri atas 5 bab yang masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab. Antara satu bab dengan bab lain mempunyai hubungan erat. Bab dan sub-bab yang dimaksud adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, perunusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metodologi serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini Penulis menguraikan tentang pengertian pemasaran, analisa SWOT dan marketing mix berupa produk, harga, promosi dan saluran distribusi.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini lebih menjurus kepada data tentang keadaan perusahaan PT. TOPJAYA SARANA UTAMA Cabang Palembang, sebagai objek penelitian. Bab ini juga berisi sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Penulis menyampaikan analisis data untuk permasalahan dalam penelitian ini kemudian dilakukan pembahasan yang dikaitkan dengan teori pemasaran dalam penelitian ini.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan dari hasil akhir analisis dan pembahasan. Saran dengan merekomendasikan upaya peningkatan volume penjualan bagi PT. TOPJAYA SARANA UTAMA Cabang Palembang.