BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi dunia usaha dewasa ini sedang memasuki era globalisasi. Berbagai perusahaan tumbuh dengan pesat, dari yang berskala kecil sampai dengan perusahaan yang berskala besar. Investasi dilakukan di berbagai bidang usaha secara berkala baik industri, perdagangan umum maupun jasa. Agar dapat tetap menunjukkan kredibilitasnya untuk berperan aktif dalam globalisasi ekonomi dunia, perusahaan tersebut dituntut untuk dapat mengimbangi dan mengatasi setiap perubahan yang terjadi, terutama di bidang ekonomi. Dalam hal ini tentunya banyak yang harus dilakukan baik secara global maupun bertahap. Investasi dan perbaikan di berbagai sektor ekonomi dan industri sedang giat ditingkatkan, misalnya perusahaan otomotif.

Sepeda motor merupakan salah satu hasil teknologi yang cukup canggih dan digemari oleh masyarakat pada umumnya. Beberapa negara telah mampu menghasilkan sepeda motor yang mempunyai kualitas baik. Bahkan ada negara yang hanya melakukan proses perakitan sepeda motor dengan membeli alat-alatnya dari negara lain. Dan ada juga negara yang hanya mengimpor sepeda motor dari negara yang telah mampu menghasilkan sepeda motor.

Indonesia merupakan salah satu pasar yang memiliki potensi besar, sehingga banyak sepeda motor buatan luar negeri masuk ke Indonesia dan menawarkan keunggulan produknya. Keunggulan tersebut dapat berupa kecanggihan teknologi produknya atau dapat dilihat dari segi harga, garansi, persediaan suku cadang yang lengkap, dan berbagai keunggulan lain yang menjadi ciri khas produk mereka.

Dengan beraneka ragam produk sepeda motor tersebut, maka timbul suatu persaingan yang sangat ketat dalam merebut segmen pasar yang ada. Untuk itu, setiap perusahaan dituntut untuk selalu memantau situasi dan kondisi pasar yang ada, agar perusahaan dapat dengan cepat membuat suatu keputusan atau kebijakan sesuai dengan keadaan yang sedang terjadi. Hal tersebut bertujuan agar perusahaan tetap hidup bertahan dan dapat lebih berkembang.

Untuk menghadapi situasi persaingan yang ketat, dibutuhkan kebijakan pemasaran yang tepat, serta dapat dengan tanggap memperhatikan situasi dan kondisi pasar yang selalu berubah-ubah. Untuk itu, diperlukan kemampuan dalam memanfaatkan dan menganalisa berbagai informasi yang dapat dikumpulkan oleh perusahaan, terutama informasi yang berasal dari pasar. Informasi yang diperoleh akan diproses lebih lanjut sehingga menghasilkan data yang akurat yang dapat digunakan oleh pihak manajemen dalam mengambil keputusan atau dalam membuat suatu kebijakan. Kebijakan pemasaran yang efektif dapat menjadikan perusahaan maju dan berkembang lebih pesat serta dapat bersaing dengan perusahaan lainnya.

Kebijakan itu dapat berupa penetapan harga jual. Tetapi suatu distributor tidak dapat menurunkan harga jual yang telah ditetapkan oleh perusahaan induk.

Distributor hanya dapat menetapkan suatu kebijakan dalam hal suku bunga kredit, misalnya suatu distributor membuat program untuk memberikan tingkat suku bunga kredit yang ringan khusus untuk Guru dan Pegawai Negeri Sipil yang ingin membeli sepeda motor dengan kredit. Hal tersebut dapat menjadi daya tarik tersendiri dalam upaya menarik perhatian konsumen untuk membeli sepeda motor dengan kredit.

Distributor juga dapat mendukung kebijakan kredit tersebut dengan melakukan promosi baik melalui iklan di media cetak atau dengan membuat brosur mengenai kebijakan tersebut. Kedua kebijakan akan menunjang proses pemasaran produk sehingga perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan.

Banyaknya produk sepeda motor dari China dan Korea yang masuk ke Indonesia mengakibatkan timbul persaingan dalam hal menarik konsumen. Oleh karena itu, distributor harus mampu membuat serta menerapkan kebijakan yang efektif dan efisien dalam upaya memenangkan persaingan.

Di Palembang, CV. Jaya Honda Motor Palembang merupakan distributor yang menjual sepeda motor merk Honda. Salah satu typenya adalah Honda Legenda yang merupakan produk baru dan diharapkan dapat menarik minat konsumen untuk membeli sepeda motor tersebut. Tetapi, Honda Legenda belum memberikan hasil yang maksimal seperti yang diharapkan dimana tingkat penjualan sepeda motor Legenda semakin menurun.

Berikut akan disajikan tabel realisasi penjualan sepeda motor Honda Legenda pada CV. Jaya Honda Motor Palembang.

TABEL 1

REALISASI PENJUALAN SEPEDA MOTOR HONDA LEGENDA

PADA CV. JAYA HONDA MOTOR PALEMBANG

PERIODE JULI – DESEMBER 2001

Bulan	Target Penjualan / Bulan	Realisasi Penjualan
Juli	35 Unit	34 Unit
Agustus	35 Unit	33 Unit
September	35 Unit	22 Unit
Oktober	40 Unit	27 Unit
November	40 Unit	30 Unit
Desember	40 Unit	21 Unit

Sumber : CV. Jaya Honda Motor Palembang

Dari tabel di atas, berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan CV. Jaya Honda Motor Palembang (pada hari Jumat, 15 Februari 2002), beliau mengemukakan bahwa terjadi penurunan penjualan pada bulan September dari target yang ditetapkan, yakni turun menjadi 22 unit. Menurut beliau, terjadinya penurunan ini disebabkan oleh persaingan yang sangat ketat, dikarenakan dikeluarkannya produk sejenis dari pesaingnya yakni PT. Usahatama Paramitra Swakarsa Palembang yang menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan merek Honda. Pada saat itu, menurut beliau sepeda motor buatan China dan Korea sedang gencar-gencarnya dipromosikan dengan berbagai keunggulan yang ditawarkan. Hal ini secara tidak langsung mempengaruhi penjualan motor Honda khususnya merek Legenda di CV. Jaya Honda Motor Palembang. Tetapi, pada bulan November terjadi peningkatan penjualan ini dikarenakan konsumen sebagian telah mengakui keunggulan dari sepeda motor Honda merek Legenda. Disamping itu, dealer-dealer yang menjual sepeda motor buatan China dan Korea tidak begitu banyak. Namun, rupanya hal

tersebut tidak berlangsung lama, menurut pimpinan CV. Jaya Honda Motor Palembang pada bulan Desember terjadi penurunan yang cukup tajam. Beliau menambahkan bahwa terjadinya penurunan yang cukup tajam ini disebabkan banyak sekali dealer-dealer yang didirikan, dan merek-merek yang ditawarkan sebelumnya sedikit dan hanya meliputi sepeda motor bebek saja, sekarang banyak yang menawarkan sepeda motor yang dari segi bentuknya hampir menyerupai sepeda motor merek Honda. Selain hal tersebut di atas, menurut beliau terdapat hal yang secara tidak langsung ikut mempengaruhi tingkat penjualan sepeda motor merek Legenda, yakni pada produk sepeda motor buatan China dan Korea diberikan kemudahan tanpa uang muka dan dengan kredit ringan, apabila ingin memiliki sepeda motor. Beliau juga menyadari bahwa sepeda motor yang dipasarkan oleh CV. Jaya Honda Motor Palembang merek Honda mengharuskan adanya pembayaran uang muka, namun demikian ini tidak menjadi sesuatu yang perlu dihindari tetapi sebaliknya, ini merupakan suatu ujian yang perlu dianalisa kembali, dan beliau juga menambahkan bahwa banyak keunggulan yang diberikan dari sepeda motor Honda merek Legenda, yakni harga beli yang tinggi dibandingkan merek lain, kelebihan-kelebihan yang dimiliki mesin Honda, dan juga hemat bahan bakar. Dari hasil wawancara tersebut, beliau juga menekankan bahwa konsumen tidak akan kecewa apabila membeli sepeda motor Honda merek Legenda.

Begitu pula halnya dalam penjualan sepeda motor Honda Legenda pada CV. Jaya Honda Motor Palembang yang menjadi objek penelitian. Untuk itu, dalam penulisan skripsi ini dipilih judul "KEBIJAKAN HARGA DAN

PROMOSI DALAM PENCAPAIAN TARGET PENJUALAN PADA CV. JAYA HONDA MOTOR PALEMBANG."

B. Perumusan Masalah

Sesuai dengan keadaan yang dihadapi perusahaan yaitu menurunnya volume penjualan, permasalahan yang dihadapi oleh CV. Jaya Honda Motor Palembang adalah sebagai berikut :

1. Apa yang menyebabkan penjualan sepeda motor Honda Legenda tidak mencapai target?
2. Apakah kebijakan harga yang ditetapkan CV. Jaya Honda Motor Palembang dapat mendorong pencapaian target penjualan?
3. Apakah kebijakan promosi yang telah dilakukan CV. Jaya Honda Motor Palembang dapat mendorong pencapaian target penjualan?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menyebabkan CV. Jaya Honda Motor Palembang belum mencapai target penjualan yang diinginkan.
2. Untuk mengetahui apakah kebijakan harga yang ditetapkan CV. Jaya Honda Motor Palembang dapat mendorong pencapaian target penjualan.

3. Untuk mengetahui apakah kebijakan promosi yang telah dilakukan CV. Jaya Honda Motor Palembang dapat mendorong pencapaian target penjualan.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang dilakukan diharapkan dapat :

a. Memberikan suatu sumbangan pemikiran khususnya kepada CV. Jaya Honda Motor Palembang tentang berbagai kebijakan penjualan yang efisien dan efektif.
b. Penelitian ini akan berguna untuk menambah pengalaman sekaligus mempraktekkan ilmu yang telah diperoleh di perkuliahan, disamping itu juga untuk menambah pengetahuan tentang berbagai masalah yang dihadapi oleh perusahaan dalam dunia bisnis yang nyata.

D. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan pemecahan masalah (*Problem Solving Approach*) dan analisis deskriptif, artinya data-data yang diperoleh dideskripsikan sesuai dengan tujuan penelitian, lalu dianalisis dengan mempergunakan pengetahuan yang ada sampai dengan hasil kegiatan penelitian.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada CV. Jaya Honda Motor Palembang yang beralamat di Jalan Letkol Iskandar No. 187, Palembang.

3. Sumber dan Tehnik Pengumpulan Data

Data yang dipergunakan dalam penulisan skripsi ini bersumber dari :

a. Wawancara

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

b. Dokumentasi

Yaitu tehnik pengumpulan data seperti berupa laporan tahunan, dan data penjualan, serta data-data lain yang diperlukan di dalam penelitian ini. Selain itu, pengumpulan data yang diperoleh juga bersumber dari buku-buku pedoman, dan literatur-literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang dianalisis oleh penulis.

4. Tehnik Analisis

Tehnik analisis yang digunakan adalah tehnik analisis kualitatif deskriptif, yaitu dengan cara melukiskan sifat atau karakteristik dari objek yang diteliti berdasarkan data yang dikumpulkan, serta menggunakan kebijakan pemasaran meliputi harga dan promosi dalam meningkatkan volume penjualan pada CV. Jaya Honda Motor Palembang.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran yang jelas, maka penyusunan skripsi ini dilakukan dengan secara sistematis dengan pembagian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai :

- Latar Belakang.
- Perumusan Masalah.
- Tujuan dan Manfaat Penelitian.
- Metodologi Penelitian.
- Sistematika Pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab, akan diuraikan tentang teori-teori yang akan dipakai untuk pembahasan, diantaranya mengenai :

- Pengertian dan Tujuan Pemasaran.
- Pengertian Harga dan Promosi.
- Hubungan Kebijakan Harga dan Promosi dalam Penjualan.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini menguraikan tentang :

- Sejarah Singkat Perusahaan.
- Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas serta Tanggung Jawab.
- Kebijakan Penjualan pada CV. Jaya Honda Motor Palembang.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab analisis dan pembahasan ini membahas mengenai :

- Analisis kebijakan harga terhadap tingkat penjualan.
- Analisis kebijakan harga terhadap tingkat promosi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir dari penulisan skripsi, dimana dalam bab ini berisikan tentang :

- Kesimpulan, merupakan rangkuman dari isi skripsi ini.
- Saran-saran, yang kiranya dapat berguna bagi perusahaan dalam melakukan perbaikan yang mampu meningkatkan volume penjualan.