BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis saat ini yang semakin ketat khususnya di sektor perdagangan, menjadikan perusahaan yang ingin tetap bertahan harus mampu bersaing dengan perusahaan lain. Kemampuan bersaing tidak hanya ditentukan oleh kemampuan untuk meningkatkan produktivitas, tetapi sangat dipengaruhi juga dengan kemampuan untuk menghasilkan kualitas produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dan mampu bertahan pada situasi persaingan yang ada.

Komoditi kayu (khususnya mebel dan furniture) bagi Indonesia termasuk salah satu komoditi yang sangat penting peranannya, baik dilihat dari devisa yang dihasilkan ataupun bagi pemenuhan kebutuhan di dalam negri. CV. Citra Kayunindho adalah perusahaan distributor cat kayu untuk mebel dan furniture, di bentuk pada awal tahun 1999 yang merupakan kantor cabang dari PT. Citra Warna Indah Surabaya. Selain menjual cat merek DIVA sebagai produk unggulan/utama perusahaan ini juga menjual barang-barang pelengkap lainnya seperti thiner dempul kayu, melamine, lem kayu dan lain-lain.

Sehubungan dengan penjelasan diatas, penulis mencoba meneliti kegiatan pemasaran dari produk cat (untuk mebel dan furniture) dengan merek dagang DIVA yang diproduksi oleh CV. Citra Kayunindho Palembang. Banyak

bermunculannya perusahaan-perusahaan yang memproduksi cat yang sejenis di pasaran, secara otomatis meningkatkan persaingan. Keadaan ini menuntut para produsen untuk lebih tanggap dan memperhatikan keinginan para konsumen terhadap produk seperti produk apa dan bagaimana yang diinginkan oleh konsumen? Disinilah di perlukan peranan marketing untuk mengatasi permasalahan ini dan perusahaan harus dapat mengambil suatu kebijaksanaan yang tepat supaya volume penjualan yang menguntungkan meningkat dan kelangsungan hidup perusahaan dapat terjamin. Selama ini CV. Citra Kayunindho telah melakukan strategi dan program pemasaran yang dapat mempertahankan dirinya pada posisi persaingan di pasar.

Setiap perusahaan yang memasarkan barang-barang yang sejenis tentu akan berlomba-lomba dalam mencari konsumen yang memerlukan produknya, dengan harapan dapat meningkatkan penjualan yang di tawarkannya semaksimal mungkin. Untuk menunjang keberhasilan pemasaran cat merek DIVA ini CV. Citra Kayunindho Palembang menggunakan kebijaksanaan distribusi langsung dan kebijaksanaan promosi dengan menggunakan armada personal selling. Kebijaksanaan ini diambil karena tanaga penjual dapat bertemu langsung dengan konsumen dan menyampaikan informasi selengkapnya tentang produk yang dijual perusahaan, melihat langsung reaksi konsumen akan produk itu dan membujuk konsumen untuk membelinya. Oleh karena itu dengan personal selling di harapkan konsumen dapat lebih mengenal produk yang ditawarkan dan tertarik untuk membelinya.

Berhasil tidaknya suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya, salah

satunya tergantung pada keahlian perusahaan yang bersangkutan dalam mengelola kegiatan pemasarannya.

Volume penjualan cat merek DIVA yang di pasarkan oleh CV. Citra Kayunindho Palembang pada tahun terakhir ini mengalami sedikit penurunan seperti yang terlihat pada tabel berikut ini.

TABEL 1.1

VOLUME PENJUALAN CAT MEREK DIVA DAN PRODUK PELENGKAP LAINNYA PADA CV. CITRA KAYUNINDHO PALEMBANG TAHUN 1999-2001

NO.	TAHUN	VOLUME PENJUALAN RATA-RATA PERBULAN
1.	1999	Rp. 164.327.500
2.	2000	Rp. 179.657.000
3.	2001	Rp. 158.435.300

Sumber : CV. Citra Kayunindho Palembang

Berawal dari latar belakang di atas maka penulis mencoba untuk mengetahui sikap konsumen tentang bauran pemasaran yang dilaksanakan oleh CV. Citra Kayunindho Palembang dan mencoba untuk mengetahui faktor utama yang menjadi penyebab bagi konsumen (pelanggan bisnis) dalam membeli

produk-produk keluaran CV. Citra Kayunindho Palembang, sehingga dapat di gunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijaksanaan perusahaan di masa yang akan datang. Sikap memainkan peranan utama dalam membentuk perilaku. Dalam memutuskan merek apa yang akan dibeli, atau toko mana yang akan dijadikan langganan, konsumen secara khas memilih merek atau toko yang dievaluasi secara menguntungkan. Sebagai akibatnya, peningkatan sikap dapat menjadi sasaran pemasaran yang berguna.

Sikap berguna bagi pemasaran dalam banyak cara, antara lain :

1. Untuk menilai keefektifan kegiatan pemasaran.
2. membantu mengevaluasi tindakan pemasaran sebelum dilaksanakan di dalam pasar.
3. Membentuk pangsa pasar dan memilih pangsa target.
4. Untuk meramalkan perilaku konsumen.
5. Untuk meramalkan permintaan / penjualan dimasa yang akan datang.
6. Dan lain-lain.

Singkatnya dengan mengetahui sikap konsumen dapat menguntungkan dalam banyak cara.

Penulisan hasil evaluasi ini akan dituangkan dalam bentuk laporan skripsi dibidang pemasaran dengan judul "Sikap konsumen (pelanggan bisnis) terhadap produk merek DIVA di CV. Citra Kayunindho Palembang"

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan berbagai uraian tersebut, maka permasalahan yang di bahas dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana sikap konsumen (pelanggan bisnis) terhadap bauran pemasaran yang dijalankan oleh CV. Citra Kayunindho Palembang ?
2. Apa yang menjadi bahan pertimbangan utama bagi konsumen dalam membeli produk dari CV. Citra Kayunindho Palembang ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dapat mengetahui sikap konsumen (pelanggan bisnis) terhadap bauran pemasaran yang dijalankan oleh CV. Citra Kayunindho Palembang.
2. Dapat mengetahui faktor / bahan pertimbangan utama bagi konsumen dalam membeli produk dari CV. Citra Kayunindho Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis untuk lebih mengenal permasalahan, khususnya masalah praktis yang terjadi dalam perusahaan dengan teori yang pernah didapat pada perkuliahan.
2. Bagi CV. Citra Kayunindho, laporan penelitian dapat dimanfaatkan oleh pimpinan perusahaan sebagai pertimbangan dan masukkan dalam menyusun kebijaksanaan yang mendukung tercapainya tujuan.

3. Bagi STIE Musi, laporan ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber pengetahuan dan bahan kepustakaan atau sebagai bahan penelitian lebih lanjut.

E. Metodologi Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di CV. Citra Kayunindho (perusahaan industri) yang beralamat di Jalan Pangeran Ayin No. 120 Palembang.

2. Tehnik Pengumpulan Data

Tehnik pengumpulan data yang dilakukan dalam menyusun laporan penelitian ini adalah :

a. Interview

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

b. Kuesioner

Yaitu dengan membagikan kuesioner kepada para konsumen (pelanggan bisnis) produk DIVA dengan populasi konsumen dalam wilayah kota Palembang saja yang bertujuan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap bauran pemasaran yang dijalankan oleh CV. Citra kayunindho untuk produk DIVAnya.

3. Tehnik Analisis Data

Dalam laporan skripsi ini, metode yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kualitatif yaitu menyajikan data secara umum dan terperinci kemudian

3. Tehnik Analisis Data

Dalam laporan skripsi ini, metode yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kualitatif yaitu menyajikan data secara umum dan terperinci kemudian diambil suatu kesimpulan.

F. Sistematika Penulisan.

Sistematika penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memudahkan pembaca dalam memahami permasalahan yang dihadapi serta dapat memberikan gambaran garis besarnya secara jelas, maka dalam penulisan skripsi ini dibagi atas lima bab yang terdiri dari :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan, dimana didalamnya terkandung perincian mengenai:

A. Latar belakang permasalahan

B. Perumusan masalah

C. Tujuan penelitian

D. Manfaat penelitian

E. Metodologi penelitian, dan

F. Sistematika penulisan

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini diuraikan mengenai teori-teori yang berisi tentang :

A. Pengertian pemasaran

B. Pengertian strategi dan strategi pemasaran

C. Pengertian bauran pemasaran (marketing mix)

D. Sikap dan Perilaku Konsumen industri

E. Skala Likert

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini akan menguraikan :

A. Sejarah singkat perusahaan

B. Struktur Organisasi Perusahaan

C. Jenis-Jenis Produk

D. Proses Produksi

E. Kegiatan-Kegiatan Pemasaran Yang Dilakukan

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas masalah berdasarkan analisis dari teori yang telah di uraikan pada Bab II, dan membuat ringkasan dari hasil analisis dan alternatif pemecahan masalah.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, disajikan kesimpulan dan saran berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang sekiranya dapat bermanfaat bagi CV. Citra Kayunindho Palembang.