BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan pesatnya pertumbuhan industri di Indonesia, maka semakin meningkat pula kebutuhan akan peralatan, bahan baku, bahan penunjang yang dijual oleh berbagai perusahaan yang bergerak dalam bidang industri, perdagangan dan jasa.

Pembangunan industri bertujuan untuk menghasilkan produk guna memenuhi kebutuhan masyarakat sebagai konsumen, baik sebagai konsumen akhir (ultimate consumers) maupun konsumen industri (industrial users). Pemenuhan kebutuhan konsumen akhir maupun konsumen industri dilakukan melalui kegiatan pemasaran (marketing). Dengan kata lain kegiatan pemasaran merupakan jembatan penghubung antara sektor industri (memproduksi produk atau jasa) dengan sektor konsumsi (mengkonsumsi produk atau jasa). Tanpa adanya kegiatan pemasaran maka produk atau jasa akan menumpuk di sektor industri (sektor produksi) dan tidak akan sampai ke sektor konsumsi.

Kegiatan pemasaran sangat penting bagi konsumen akhir maupun konsumen industri. Kegiatan pemasaran penting bagi konsumen industri, karena industri membutuhkan bahan baku untuk melaksanakan kegiatan produksinya, dimana barang-barang industri tersebut tidak dapat dipenuhi tanpa adanya kegiatan pemasaran. Di samping itu kegiatan pemasaran sangat penting bagi konsumen industri untuk mendistribusikan produk atau jasa yang diproduksi agar sampai ke tangan konsumen. Tanpa adanya kegiatan pemasaran perusahaan tidak akan dapat berjalan dengan baik dan tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan tidak akan terwujud.

Mesin-mesin masa kini telah dirancang untuk mencapai suatu tingkat kinerja yang lebih tinggi, sehingga memerlukan berbagai variasi minyak pelumas berkualitas tinggi. Minyak pelumas memiliki peranan yang sangat penting, karena pemilihan minyak pelumas yang baik akan memperpanjang masa guna dan efisiensi mesin. Pemilihan minyak pelumas yang keliru dapat mengakibatkan kerusakan pada sebuah mesin.

Minyak pelumas sudah sejak lama dikenal sebagai bahan penunjang yang mutlak diperlukan dalam perindustrian, tanpa minyak pelumas perindustrian tidak dapat berjalan dengan baik. Di Indonesia sudah banyak beredar berbagai macam minyak pelumas dari bermacam-macam merek, selain minyak pelumas yang dipasarkan oleh Pertamina. Industri di Indonesia sudah cukup lama mengenal

minyak pelumas yang dipasarkan oleh Pertamina dan pemasarannya jauh lebih tinggi daripada minyak pelumas merek lain.

Keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan tersebut di bidang pemasarannya. Oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan bagaimana menyebarluaskan dan menyampaikan produknya agar dapat diterima oleh konsumen dalam waktu yang tepat, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai secara optimal.

Pada masa krisis moneter yang melanda bangsa Indonesia saat ini, banyak perusahaan yang mengalami penurunan volume penjualan. Hal ini disebabkan adanya persaingan antar perusahaan yang semakin ketat, sehingga setiap perusahaan harus berusaha untuk mengefektifkan usaha-usaha pemasarannya agar mampu mencapai target yang telah ditentukan oleh perusahaan. Penurunan volume penjualan ini dialami juga oleh PD.Sumber Musi Palembang yang bergerak dalam bidang penjualan minyak pelumas.

Data pembelian dan penjualan minyak pelumas pada PD. Sumber Musi dari tahun 1995 sampai dengan tahun 1999 dapat dilihat pada tabel 1.1 di bawah ini :

Tabel 1.1.

Volume Penjualan Minyak Pelumas

Pada PD. Sumber Musi Palembang

Tahun 1995 – 1999

(dalam liter)

NO.	TAHUN	PENJUALAN	KENAIKAN / PENURUNAN	KENAIKAN / PENURUNAN
			VOLUME	PRESENTASE
1.	1995	34067	-	-
2.	1996	35948	1881	3%
3.	1997	24453	(-) 11495	(-) 31%
4.	1998	23408	(-) 1045	(-) 4%
5.	1999	17974	(-) 5651	(-) 24%

Sumber : PD. Sumber Musi Palembang

PD. Sumber Musi yang merupakan salah satu penyalur minyak pelumas produksi PERTAMINA juga harus mengetahui dengan tepat karakteristik dari minyak pelumas itu sendiri. Selain itu juga perlu mengetahui cara-cara pemasaran secara baik serta manajemen pemasaran secara tepat sehingga perusahaan dapat menigkatkan volume penjualannya.

Manajemen perusahaan perlu memahami konsep dan strategi pemasaran yang diharapkan dapat memberikan masukan dan jalan keluar bagi perusahaan yang dipimpinnya. Dalam upaya untuk meningkatkan volume penjualan diperlukan perencanaan dan penetapan strategi pemasaran yang tepat agar dapat tercapai tujuan perusahaan secara optimal.

Pada umumnya, hambatan yang dihadapi perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan adalah kurangnya efektivitas promosi dan kebijaksanaan dalam saluran distribusi yang kurang tepat, sehingga menghambat kelancaran arus barang dari produsen ke konsumen. Oleh karena itu, pengembangan promosi dan saluran distribusi yang efektif sangat diperlukan.

B. Perumusan Masalah

Dalam dunia usaha perdagangan dengan adanya persaingan yang semakin tajam tentunya membutuhkan suatu strategi yang tepat agar penjualan barang atau jasa dapat ditingkatkan pada masa yang akan datang.

Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan adalah melalui kegiatan promosi dan distribusi. Aktivitas promosi dan distribusi merupakan salah satu kegiatan penting dari suatu perusahaan, karena baik barang atau jasa yang dihasilkan harus dapat diterima oleh pasar dan konsumen.

PD. Sumber Musi adalah perusahaan dagang yang bergerak dalam bidang pemasaran minyak pelumas yang selalu ingin menjaga dan mengembangkan usahanya. Untuk dapat meneruskan usahanya PD. Sumber Musi memerlukan pendapatan atau laba yang cukup untuk membiayai operasi perusahaannya. Pendapatan ini dapat diperoleh dengan melakukan penjualan yang dapat mencapai target yang menguntungkan.

Penjualan dan distribusi minyak pelumas produksi Pertamina pada PD. Sumber Musi untuk sekarang ini mulai menurun (lihat pada tabel 1.1. hal.4), oleh sebab itu permasalahan yang terjadi di dalam perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Banyaknya perusahaan-perusahaan dan agen-agen yang menjual produk yang sama, karena adanya persaingan dari perusahaan-perusahaan yang sejenis.
2. Kurangnya kegiatan promosi dan kurang efektifnya saluran distribusi yang dipergunakan oleh perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka dapat dirumuskan mengenai masalah pokok yang dihadapi oleh perusahaan adalah : "Bagaimana upaya PD. Sumber Musi Palembang untuk meningkatkan volume penjualannya?"

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

a. Untuk memperoleh data yang akurat sebagai bahan yang diperlukan dalam penulisan karya ilmiah yang berupa skripsi ini.

b. Untuk mengetahui kegiatan promosi dan saluran distribusi dalam usaha meningkatkan volume penjualan minyak pelumas produksi Pertamina pada PD. Sumber Musi Palembang.

2. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan, antara lain sebagai berikut :

a. Dapat menambah pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti dalam rangka menerapkan teori-teori yang diperoleh selama menempuh pendidikan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi MUSI Palembang.

b. Dapat memberikan informasi kepada pemimpin perusahaan dalam upaya meningkatkan volume penjualan melalui kegiatan promosi dan saluran distribusi.

c. Dapat memberikan masukan bagi semua pihak yang berkepentingan.

D. Metodologi Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PD. Sumber Musi yang merupakan salah satu perusahaan dagang yang bergerak dalam bidang penjualan minyak pelumas produksi Pertamina. PD. Sumber Musi ini berlokasi di Jalan 1 Ulu Laut No. 452 Palembang.

2. Metode Penulisan

Metode penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, sedangkan untuk memperoleh data dilakukan penelitian langsung pada PD. Sumber Musi Palembang.

3. Tehnik Pengumpulan Data

Dalam penulisan karya ilmiah yang berupa skripsi ini diperlukan data-data yang bersifat akurat dan obyektif, untuk itu akan dilakukan penelitian dengan tehnik pengumpulan data sebagai berikut :

a. Penelitian Lapangan (Field Research), yaitu mengadakan penelitian langsung pada PD. Sumber Musi Palembang untuk memperoleh data primer, dengan cara :

1.) Wawancara langsung dengan pimpinan atau pihak-pihak yang mempunyai wewenang atau yang dianggap dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penulisan karya ilmiah yang berupa skripsi ini.

2.) Tinjauan ke perusahaan yang diteliti untuk melengkapi data yang diperlukan dengan melakukan pengamatan dan mencatat data-data mengenai obeyek yang diteliti.

b. Penelitian Kepustakaan (Library Research), yaitu dengan menelaah teori-teori, data-data yang dapat digunakan untuk pembahasan permasalahan dalam penulisan karya ilmiah yang berupa skripsi ini dengan cara membaca berbagai buku atau literatur yang ada hubungannya dengan masalah yang dibahas, membaca majalah, surat kabar, brosur serta bahan-bahan penunjang lainnya untuk melengkapi penulisan karya ilmiah yang berupa skripsi ini

4. Tehnik Analisis

Data yang diperoleh melalui penelitian ini disusun sedemikian rupa dan dianalisis secara deskriptif kualitatif.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan karya ilmiah yang berupa skripsi ini dibuat untuk memudahkan pembaca dalam memahami permasalahan. Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab dimana masing-masing bab terbagi dalam beberapa sub bab yang mempunyai hubungan erat dan tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lainnya. Adapun bab-bab dan sub bab yang dimaksud dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I. Pendahuluan

Bab ini merupakan pendahuluan, dimana akan dikemukakan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II. Landasan Teori

Pada bab ini akan diuraikan mengenai pengertian pemasaran, konsep pemasaran, bauran pemasaran, pengertian promosi, pengertian saluran distribusi, alternatif saluran distribusi untuk barang industri.

BAB III. Keadaan Umum PD. Sumber Musi Palembang

Dalam bab ini akan diuraikan sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, uraian tugas, produk yang disalurkan, aktivitas perusahaan, daerah pemasaran, strategi promosi dan saluran distribusi.

BAB IV. Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Minyak Pelumas Produksi Pertamina

Bab ini merupakan pembahasan mengenai permasalahan yang ada di dalam perusahaan berdasarkan data-data dari bab III dengan jalan menghubungkan data yang satu dengan data lainnya sehingga dapat memperjelas masalah yang terjadi. Dalam bab ini akan dibahas mengenai strategi-strategi yang perlu dijalankan oleh perusahaan agar volume penjualannya dapat meningkat, dengan mengemukakan kebijaksanaan saluran promosi dan kebijaksanaan distribusi.

BAB V. Kesimpulan dan Saran

Sebagai penutup, akan dikemukakan kesimpulan yang diambil berdasarkan hasil analisis dari bab IV dan memberikan saran-saran yang kiranya dapat membantu pimpinan perusahaan dalam mengatasi masalah yang sedang dihadapi perusahaan.