

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Sejalan dengan kemajuan perekonomian yang begitu besar dan struktur masyarakat yang semakin kompleks, persaingan dalam dunia usaha pun semakin ketat. Ditambah lagi dengan adanya globalisasi yang memungkinkan perusahaan-perusahaan asing dengan mudah masuk ke Indonesia, terutama dengan dimulainya AFTA pada tahun 2003 ini. Hal ini menjadi tantangan bagi Indonesia dan harus menjadi pemicu semangat untuk terus berusaha memajukan dunia usaha di Indonesia.

Terobosan teknologi akan semakin berdampak pada perubahan industri abad ke-21, termasuk di sektor industri cat sehingga perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang cat harus siap menghadapi perubahan dan persaingan-persaingan tersebut melalui pengembangan teknologi dan kegiatan pemasaran skala internasional yang ditunjang oleh sarana dan prasarana yang ada.

Bidang pemasaran mempunyai peranan penting dalam keberhasilan suatu dunia usaha. Perusahaan yang memproduksi barang dan jasa sebaik apapun kualitasnya, namun tanpa didukung dengan pemasaran yang tepat maka hasilnya tidak akan maksimal.

Pemasaran berfungsi untuk memperkenalkan barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan sehingga merek dan jenis produk tersebut dikenal oleh para konsumen. Kekuasaan pasar terletak pada perusahaan yang bermerek, tak jarang perusahaan memerlukan waktu bertahun-tahun dan dana jutaan dolar untuk memperkenalkan dan mempertahankan merek mereka di tengah masyarakat konsumen.

Untuk mempertahankan kekuatan merek dan volume penjualan dalam menghadapi pesaing-pesaing lainnya, maka perusahaan terus-menerus berinvestasi besar dalam litbang untuk menghasilkan peningkatan kualitas produk serta mengetahui tanggapan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Mereka harus mempertahankan program pemasaran yang menarik untuk mempertahankan dan meningkatkan volume penjualan. Begitu pentingnya pemasaran bagi perusahaan sehingga tidak sedikit biaya yang dikeluarkan untuk tetap menjaga dan meningkatkan volume penjualan perusahaan.

PT. Nipsea Paint and Chemicals merupakan salah satu perusahaan cat yang cukup terkenal. Produknya berupa produk cat merek Vinilex 5000, Bee Brand 1000, Matex Emulsion dan lain- lain. Pemasaran produk dilakukan melalui iklan, *personal selling* promosi penjualan. Iklan yang dilakukan dapat berupa *above the line* atau media lini atas terdiri dari iklan-iklan yang dimuat dalam media cetak, media elektronik, serta media luar ruang. Sedangkan *below the line* atau media

lini bawah terdiri atas *direct mail*, pameran, *point of sale display material*, kalender, agenda, gantungan kunci, atau tanda nama.

Iklan dapat dikatakan berhasil jika dapat mencapai tujuan ataupun *goal* yang diinginkan. Untuk itu iklan harus direncanakan secara matang barulah diterbitkan. Kegiatan *personal selling* juga merupakan aktivitas pemasaran yang efektif dalam memasarkan produk ditengah-tengah konsumen. Hal ini karena dalam kegiatan *personal selling* terjadi interaksi langsung antara wiraniaga / *sales force* pihak perusahaan dengan konsumen sehingga perusahaan memperoleh respon secara langsung dari pihak konsumen mengenai kualitas produknya yang sedang beredar di pasaran.

Promosi Penjualan terdiri dari kumpulan kiat insentif yang beragam, kebanyakan berjangka pendek, dirancang untuk mendorong pembelian suatu produk / jasa tertentu secara lebih cepat atau lebih besar oleh konsumen atau pedagang. Promosi penjualan menawarkan insentif untuk pembeli.

Uraian tersebut diatas melatarbelakangi penulis untuk melakukan penelitian mengenai analisis pengaruh antara biaya periklanan, biaya *personal selling* dan biaya promosi penjualan terhadap volume penjualan dan penulis memilih PT. Nipsea Paint and Chemicals yang bergerak dibidang *painting*. Dengan demikian judul skripsi ini selengkapny adalah :

“ANALISIS HUBUNGAN DAN PENGARUH BIAYA PERIKLANAN, BIAYA PERSONAL SELLING DAN BIAYA PROMOSI PENJUALAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. NIPSEA PAINT AND CHEMICALS.”

B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

Penelitian mengenai periklanan dan pelaksanaan kegiatan *personal selling* serta promosi penjualan telah banyak didiskusikan dan diteliti oleh para ahlinya dan dimensinya pun berbeda-beda. Dalam hal ini penulis mengidentifikasi masalah- masalah yang timbul yaitu antara lain ;

1. Kegiatan periklanan kurang tepat dilakukan karena pemasangan iklan di majalah dan papan plang yang tidak pada tempatnya.
2. Kegiatan *personal selling* seringkali tidak mencapai sasaran, karena terbatasnya wiraniaga yang handal dan professional, selain itu biaya *personal selling* juga cukup besar seperti biaya transportasi, uang makan, lembur, dll.
3. Promosi penjualan yang dilakukan tidak menarik minat konsumen untuk membeli padahal biaya yang dikeluarkan untuk melakukan suatu pameran cukup besar sehingga kadangkala event spesial yang dilakukan menjadi sia-sia.
4. Persaingan yang tinggi dengan perusahaan cat merek lainnya.

Dari identifikasi masalah tersebut, dapat diketahui bahwa yang dikemukakan dalam penelitian ini terdiri atas empat variabel yang diteliti, yaitu analisis pengaruh biaya periklanan, biaya *personal selling* dan biaya promosi penjualan serta volume penjualan.

Perlu dilakukan pembatasan masalah dalam penelitian ini agar masalah yang dibahas tidak menjadi terlalu luas sehingga rancu atau tidak terlalu sempit sehingga tidak menarik. Dalam hal ini penulis mencoba membatasi masalah yang ada yaitu penulis hanya akan membahas mengenai periklanan, *personal selling* dan promosi penjualan.

C. Perumusan Masalah

Dari identifikasi & latar belakang permasalahan, PT. Nipsea Paint and Chemicals yang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penjualan cat yang saat ini dipakai oleh masyarakat luas, dimana strategi pemasaran lebih ditekankan melalui kegiatan periklanan, *personal selling* dan promosi penjualan guna menginformasikan dan meyakinkan serta memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen akan produk perusahaan.

Masalah yang dihadapi oleh PT. Nipsea Paint and Chemicals dapat dirumuskan sebagai berikut, yaitu :

1. Bagaimanakah kebijakan promosi pada PT. Nipsea Paint and Chemicals ?

2. Apakah terdapat pengaruh Biaya Periklanan, Biaya *Personal Selling* dan Biaya Promosi Penjualan secara bersama- sama terhadap Volume Penjualan pada PT. Nipsea Paint and Chemicals ?
3. Apakah terdapat hubungan antara Biaya Periklanan, Biaya *Personal Selling* dan Biaya Promosi secara bersama- sama dengan Volume Penjualan pada PT. Nipsea Paint and Chemicals ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka maksud dan tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui gambaran dan uraian tentang biaya periklanan, biaya personal selling dan biaya promosi penjualan yang digunakan oleh PT. Nipsea Paint and Chemicals selama periode waktu tiga tahun penelitian, yaitu tahun 2001 hingga tahun 2003.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh biaya periklanan, biaya *personal selling* dan biaya promosi penjualan secara bersama-sama terhadap volume penjualan pada perusahaan cat di Jakarta selama periode waktu tiga tahun penelitian, yaitu tahun 2001 hingga tahun 2003.
3. Untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara biaya periklanan, biaya personal selling dan biaya promosi penjualan secara bersama- sama dengan

volume penjualan pada perusahaan cat di Jakarta selama periode waktu tiga tahun penelitian, yaitu tahun 2001 hingga tahun 2003.

E. Manfaat / Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis dari penelitian yang dilakukan penulis dengan cara mengaplikasikan teori-teori yang didapat selama perkuliahan dalam pembahasan masalah pada PT. Nipsea Paint and Chemicals.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini bermanfaat bagi perusahaan untuk mengevaluasi strategi promosi yang telah dilakukan dan menjadi masukan-masukan yang dapat digunakan untuk menyusun strategi yang lebih terfokus dimasa yang akan datang.

3. Bagi Para Pembaca

Sebagai bahan informasi atau pengetahuan tambahan di bidang pemasaran khususnya mengenai hal-hal yang berhubungan dengan periklanan, *personal selling* dan promosi penjualan.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Pembuatan sistematika ini dimaksudkan untuk memudahkan penyampaian informasi berdasarkan urutan dan aturan logis dari penelitian yang dilakukan serta memberikan gambaran menyeluruh mengenai skripsi ini.

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diberikan penjelasan singkat mengenai latar belakang permasalahan, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat / kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini membahas teori-teori yang digunakan sebagai dasar dalam mengulas permasalahan didalam skripsi ini, antara lain pengertian pemasaran dan manajemen pemasaran, pengertian bauran pemasaran, tujuan promosi, pengertian bauran promosi, periklanan, proses perencanaan periklanan, *personal selling*, fungsi *personal selling*, proses *personal selling*, faktor- faktor yang harus diperhatikan dalam melakukan *personal selling*, promosi penjualan, kerangka pikir penelitian dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini membahas tentang tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode pengolahan / analisis data, definisi operasional variabel.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini penulis menguraikan mengenai sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi dan pembagian tugas, aktivitas ekonomi perusahaan serta aspek POAC didalam manajemen.

BAB V : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang :

- a. Kebijakan promosi pada PT. Nipsea Paint and Chemicals
- b. Analisa pengaruh biaya periklanan, biaya *personal selling* dan biaya promosi penjualan terhadap peningkatan volume penjualan.
- c. Analisa hubungan antara biaya periklanan, biaya *personal selling* dan biaya promosi penjualan secara bersama- sama terhadap volume penjualan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini mengemukakan beberapa kesimpulan yang diperoleh dari hasil pembahasan setelah dilakukannya analisis dan pembahasan, dan juga diberikan saran-saran yang mungkin akan berguna sebagai bahan pertimbangan perusahaan.