

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Biaya adalah beban atau tuntutan dalam perusahaan yang harus dikeluarkan untuk mendukung segala macam kegiatan dalam perusahaan yang bertujuan untuk memaksimalkan nilai penjualan. Setiap industri umumnya selalu membuat alokasi biaya dengan perhitungan tertentu dan biaya yang paling difokuskan adalah biaya promosi dan distribusi karena dinilai paling mempengaruhi penjualan. Promosi yang dilakukan bias bermacam-macam mulai dari install gratis software, diskon sampai pemberian souvenir. Sedangkan untuk distribusi biasanya dilakukan dengan menyebarkan produk sebanyak mungkin agar mudah dijangkau oleh masyarakat karena tanpa system distribusi yang baik maka sebagai apapun program promosi yang dilakukan tidak akan memberikan timbal balik yang baik kepada perusahaan. Menurut jurnal yang pernah dibaca oleh penulis memberikan hasil penelitian sebagai berikut :Sebuah referensi jurnal dari Haryanto Guyub adalah “ biaya promosi sangat mempengaruhi penerimaan secara signifikan”.¹

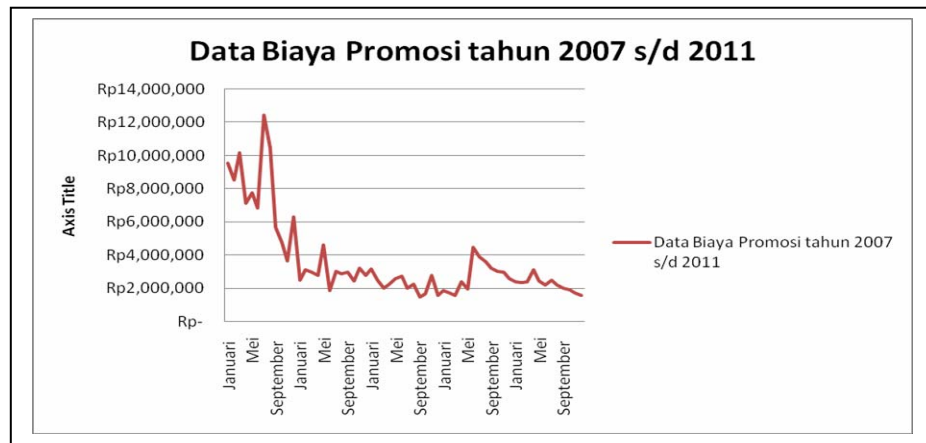
¹ Haryanto Guyub, *Biaya Promosi Penjualan mempengaruhi Penerimaan PT Sumber Makmur Abadi*, Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akutansi, Manajemen : Pelita Ilmu, Bekasi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Bangsa, 2009, Volume 3, No 1, Hal 1-6

Kemudian jurnal dari Widhiastuti Hardani yang memberikan hasil penelitian bahwa “ harga tidak berpengaruh terhadap volume penjualan, sedangkan biaya promosi dan biaya distribusi sangat mempengaruhi volume penjualan” .²

Dalam industri komputer pun demikian promosi dan distribusi dilakukan secara besar-besaran agar masyarakat semakin berminat dengan produk. Komputer yang sekarang ini menjadi kebutuhan utama adalah notebook karena kemudahannya untuk dibawa kemanapun. Persaingan yang terjadi pun semakin ketat mengingat notebook awalnya hanya diciptakan oleh satu produsen (Hewlett Packard) namun karena semakin diminatinya produk tersebut maka banyak produsen lain (Acer, Sony Vaio, Toshiba, Lenovo, Wearness, Axioo, Fujitsu , dll) yang ikut memproduksi produk ini. Banyak produsen yang tertarik untuk menciptakan notebook karena produk ini selalu diperlukan dimanapun dank arena perkembangannya yang semakin canggih maka masyarakat selalu tertarik pada produk ini.

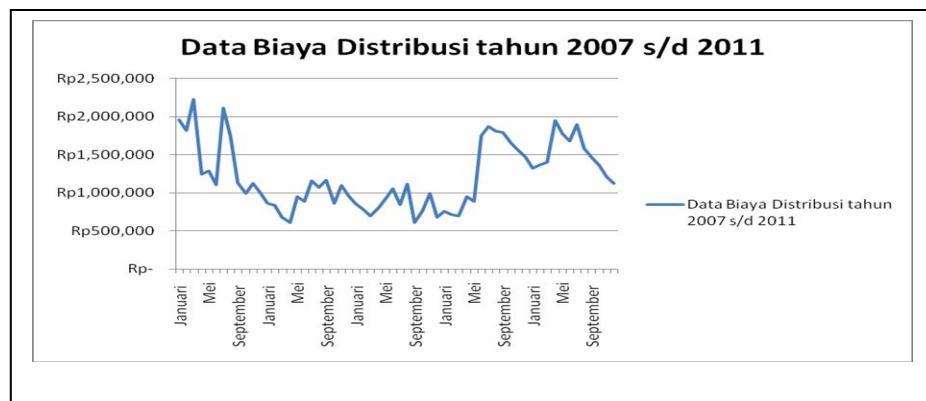
PT Kusumomegah Jayasakti adalah salah satu produsen notebook dalam negeri yang menghasilkan Notebook Procom Samurai sebagai salah satu produknya. Notebook Procom Samurai memiliki data- data sebagai berikut:

² Widhiastuti Hardani, *Analisis Pengaruh Harga, Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Volume Penjualan Telur Asin*, Jurnal Ilmiah Pengembangan Ilmu-ilmu Pertanian : Sainteks, Semarang, Jurusan Produksi Teknik Universtas Semarang, 1998, Edisi khusus, Hal 122-129



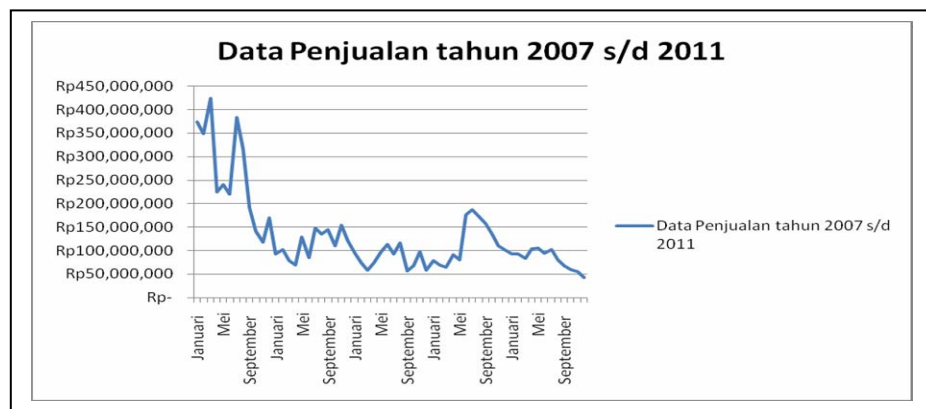
Sumber : Data Perusahaan

Gambar 1.1 Data Biaya Promosi



Sumber : Data Perusahaan

Gambar 1.2 Data Biaya Distribusi



Sumber : Data Perusahaan

Gambar 1.3 Data Penjualan

Dari data-data diatas menunjukkan bahwa penjualan terus menurun dari tahun ke tahun dan tentunya menimbulkan efek negatif kepada perusahaan sama dengan biaya promosi yang terus diturunkan karena penjualan yang juga menurun sedangkan biaya distribusi mengalami kenaikan karena biaya pengiriman yang mengalami kenaikan. Hal ini juga menunjukkan bahwa penjualan yang dihasilkan tidak sesuai dengan harapan perusahaan kepada produk tersebut.

Berdasarkan data-data diatas maka peneliti berkeinginan untuk meneliti prosentase perubahan biaya promosi dan prosentase perubahan biaya distribusi pada PT Kusumomegah Jayasakti sebagai salah satu produsen notebook di Indonesia yang juga melakukan kebijakan di biaya promosi dan biaya distribusi dan penulis ingin meneliti kebijakan tersebut apakah sudah sesuai dan apakah memberikan pengaruh yang positif atau negatif kepada PT Kusumomegah Jayasakti.

Hal-hal diatas merupakan faktor pendorong peneliti untuk membuat penelitian ini dengan judul ” **Analisis Pengaruh Prosentase Perubahan Biaya Promosi dan Prosentase Perubahan Biaya Distribusi terhadap Prosentase Perubahan Nilai Penjualan di PT Kusumomegah Jayasakti** ”.

B. Identifikasi Masalah Penelitian

Penelitian ini dilakukan karena penulis melihat masalah-masalah yang terjadi di dalam nilai penjualan. Adapun masalah-masalah yang dihadapinya adalah sebagai berikut :

1. Rendahnya Penjualan Notebook Samurai.
2. Banyaknya kompetitor lokal dan non lokal yang masuk.
3. Kurangnya program promosi yang dilakukan untuk produk menyebabkan kekurangtahuan masyarakat akan produk ini.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka penelitian ini dibatasi pada pengaruh Prosentase Perubahan Biaya Promosi dan Prosentase Perubahan Biaya Distribusi terhadap Prosentase Perubahan Nilai Penjualan di PT Kusumomegah Jayasakti khusus untuk produk notebook Samurai pemilihan produk dilakukan karena produk ini memiliki masalah penurunan penjualan secara terus menerus dan variable lain yaitu harga dan pengembangan produk tidak diteliti karena kurang signifikan.

D. Perumusan Masalah

Dari uraian pada latar belakang, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh prosentase perubahan biaya promosi terhadap prosentase perubahan nilai penjualan di PT. Kusumomegah Jayasakti ?
2. Apakah terdapat pengaruh prosentase perubahan biaya distribusi terhadap prosentase perubahan nilai penjualan di PT Kusumomegah Jayasakti ?
3. Apakah prosentase perubahan biaya promosi dan prosentase perubahan biaya disribusi secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap prosentase perubahan nilai penjualan di PT Kusumomegah Jayasakti ?
4. Seberapa besar pengaruh prosentase perubahan biaya promosi dan prosentase perubahan biaya distribusi terhadap prosentase perubahan nilai penjualan di PT Kusumomegah Jayasakti ?

E. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh prosentase perubahan biaya promosi terhadap prosentase perubahan nilai penjualan PT Kusumomegah Jayasakti.
2. Untuk mengetahui pengaruh prosentase perubahan biaya distribusi terhadap prosentase perubahan nilai pejualan PT Kusumomegah Jayasakti.

3. Untuk mengetahui apakah prosentase perubahan biaya promosi dan prosentase perubahan biaya distribusi secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap prosentase perubahan nilai penjualan PT Kusumomegah Jayasakti.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh prosentase perubahan biaya promosi dan prosentase perubahan biaya distribusi terhadap prosentase perubahan nilai penjualan di PT Kusumomegah Jayasakti.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat dari penelitian ini adalah :

a. Bagi perusahaan

Untuk lebih mengetahui hal-hal yang bisa menjadi pendukung dan penghambat dalam tujuan perusahaan yaitu dalam usahanya untuk meningkatkan nilai penjualan PT Kusumomegah Jayasakti dengan meningkatkan efektifitas biaya-biaya yang dikeluarkan agar tepat pada tujuan.

b. Bagi peneliti

Untuk menambah pengetahuan penulis dalam melakukan penelitian.

c. Bagi kalangan akademik

Untuk pedoman jika ada kalangan akademik yang ingin melanjutkan penelitian ini dan penelitian yang berhubungan dengan biaya atau penjualan.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini akan penulis kemukakan secara singkat isi-isi yang terkandung dalam setiap bagian atau babnya, sehingga akan memperjelas apa dan bagaimana penyusunan karya ilmiah berupa skripsi ini dibuat.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang timbulnya pemikiran mengenai topik yang dibahas. Selanjutnya tentang identifikasi dan pembatasan masalah, perumusan masalah penelitian, tujuan diadakannya penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Dalam bab ini kerangka dasar teori yang diperoleh dari buku-buku literature yang ada hubungannya dengan pembahasan skripsi, yaitu pengertian pemasaran, bauran pemasaran, dan harga.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang metodologi penelitian, metode pengumpulan data, populasi dan sample, dan metode analisa data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang gambaran umum dari objek penelitian yaitu PT. Kusumomegah Jayasakti.

BAB V : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan memuat tentang uraian mengenai hasil penelitian, penganalisaan dan pembahasan yang dibantu dengan data atau informasi yang ada. Analisis dan pembahasan merupakan jawaban atas rumusan masalah yang menjadi bahan penelitian.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dari pembahasan yang dilakukan pada bab-bab sebelumnya dan saran-saran yang diharapkan dapat berguna bagi perusahaan.