

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan dalam dunia usaha saat ini telah semakin ketat dan menuntut perusahaan-perusahaan untuk terus berkembang agar dapat bertahan dalam kancan bisnis. Sebuah badan usaha membutuhkan strategi yang dapat membawa badan usaha tersebut pada tujuan utamanya yaitu memperoleh laba.

Ketatnya persaingan, serta perubahan-perubahan yang sering terjadi dalam ekonomi dunia menuntut strategi dan langkah operasional yang baik dari perusahaan. Pentingnya strategi dan langkah operasional ini adalah karena perusahaan dituntut untuk melakukan segala upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan pemasaran hasil produksinya. Untuk itu efektivitas dan efisiensi biaya produksi dan pemasaran adalah hal yang penting untuk dapat terus berkembang dan memperoleh pendapatan guna meningkatkan laba.

Industri masa kini tidak lepas dari perubahan yang terjadi di masyarakat. Selera masyarakat akan jenis maupun spesifikasi produk yang dijual di pasaran semakin beragam. Permintaan akan jenis kain dan bahan-bahan tekstil semakin bervariasi. Begitu pula produk-produk otomotif baik mobil maupun sepeda motor harus bisa menawarkan spesifikasi yang lebih beragam. Pabrik-pabrik yang ada membutuhkan alat-alat yang memadai untuk dapat memproduksi serta menyediakan barang-barang tersebut.

Pabrik-pabrik besar dengan tingkat produksi yang tinggi saat ini mengandalkan mesin-mesin berat yang mampu menghasilkan produk-produk dalam jumlah besar.

Suku-suku cadang dari mesin-mesin tersebut akan sangat dibutuhkan ketika mesin tersebut harus menjalani perawatan ataupun ketika hendak memproduksi jenis barang yang baru. Dalam bidang inilah perusahaan penyedia suku cadang mesin industri seperti CV Bintang Permata terlibat dalam persaingan. Persaingan yang terus menerus ini mendorong CV Bintang Permata, yang penjualannya berdasarkan pesanan dari pelanggan, untuk semakin memerhatikan kebutuhan konsumen agar mampu mempertahankan pelanggannya.

Meningkatkan perhatian pada pelanggan bukan hal mudah karena permintaan dan kebutuhan pelanggan terus berkembang seiring perubahan jaman. Dengan keadaan pasar yang berubah secara terus menerus, perusahaan yang hendak mempertahankan pelanggan yang selama ini memesan barang pada perusahaan tersebut harus menerapkan konsep pemasaran yang baik.

Proses pemasaran, seperti penyimpanan produk jadi di gudang sebelum dikirim, pengemasan produk jadi, proses distribusi produk yang efektif, serta promosi untuk mempererat hubungan dengan para pelanggan akan berdampak pada bagaimana akhirnya produk tersebut mampu bertahan di pasaran.

Perhatian perusahaan terhadap berbagai kegiatan pemasaran produk serta biayanya adalah hal yang penting. Oleh karena itu diperlukan analisis terhadap pembebanan atas kegiatan pemasaran yang terjadi di perusahaan tersebut agar pelaksanaan kegiatan pemasaran yang efektif dan efisien menuntun pada peningkatan penjualan dan akhirnya, peningkatan penjualan tersebut mendorong peningkatan produksi.

Sebagai perusahaan yang sudah menjalani usaha di bidang mekanik, khususnya pengadaan suku cadang mesin industri sejak 1988, adalah penting bagi CV Bintang Permata untuk mempertahankan konsumen yang selama ini mempercayainya sebagai pemasok suku cadang mereka. Oleh karena itu CV Bintang Permata perlu untuk lebih memberikan perhatian pada aspek pemasaran mereka, agar dapat terus memberikan produk yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen dan mempertahankan keberadaan mereka dalam persaingan di pasar.

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul:

“PENGARUH BIAYA PEMASARAN TERHADAP TINGKAT PENJUALAN”

1.2 Identifikasi Masalah

Biaya pemasaran dikorbankan akibat dilaksanakannya kegiatan-kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan operasional perusahaan yang berasal dari penjualan produk-produknya. Permasalahan yang dihadapi adalah apakah terdapat pengaruh dari biaya pemasaran terhadap tingkat penjualan yang dicapai perusahaan.

Sehubungan dengan hal tersebut, masalah yang akan diteliti adalah:

- Seberapa besar pengaruh biaya-biaya pemasaran suku cadang mesin produksi CV Bintang Permata terhadap tingkat penjualannya.
- Jenis biaya pemasaran apa yang paling berpengaruh pada tingkat penjualan suku cadang mesin produksi CV Bintang Permata.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk memperoleh jawaban atas permasalahan yang ada dalam perusahaan dan memperoleh data yang sesuai dengan objek penelitian yang penulis ambil sehingga setelah diolah dan dianalisis, dapat dijadikan bahan untuk penulisan skripsi.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Bertolak dari masalah yang telah diuraikan, maka tujuan yang hendak dicapai oleh penulis dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh biaya pemasaran suku cadang mesin produksi CV Bintang Permata terhadap tingkat penjualannya.
2. Mengetahui jenis biaya pemasaran yang paling berpengaruh pada tingkat penjualan suku cadang mesin produksi CV Bintang Permata.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki kegunaan baik bagi para akademisi maupun bagi para praktisi bisnis:

1.4.1 Kegunaan bagi Akademisi

- Bagi Penulis
 - Untuk menambah wawasan tentang kegunaan biaya pemasaran dalam meningkatkan penjualan

- Bagi Akademisi Lain
 - Untuk menjadi sumber pengetahuan dan bahan pustaka khususnya dalam bidang pemasaran dan tingkat penjualan
 - Sebagai referensi serta tambahan wawasan untuk penelitian sejenis.

1.4.2 Kegunaan bagi Praktisi Bisnis

- Bagi Perusahaan yang diteliti
 - Sebagai bahan masukan dan saran untuk meningkatkan efektivitas biaya pemasaran agar lebih mendorong penjualan dari CV Bintang Permata
- Bagi Perusahaan yang lain
 - Untuk menambah wawasan dalam aspek pemasaran serta sebagai bahan bila hendak melakukan penelitian sejenis.