

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kondisi Indonesia yang masih dilanda krisis dan mau tidak mau harus berbenah karena sedang menuju ke arah globalisasi pada tahun 2020. Perekonomian Indonesia di tuntut untuk mengurangi tingkat kemiskinan sehingga saat ini sangat mempengaruhi keuangan perusahaan-perusahaan di Indonesia untuk berkembang dan tidak kalah dalam persaingan. Akibatnya perusahaan-perusahaan harus bersaing agar bisa *going concern*. Hanya perusahaan-perusahaan yang manajemennya baik yang mampu bertahan. Hal yang harus disadari dewasa ini oleh para manajer di perusahaan adalah bagaimana menggunakan sumber daya yang cenderung semakin langka dan terbatas secara efisien dalam rangka memenuhi kebutuhan yang tidak terbatas.

Demikian juga di dalam satu perusahaan, masalah penggunaan sumber daya ekonomi menjadi penting di dalam rangka menghasilkan dan mengoptimalkan laba. Perusahaan harus selalu memperhatikan masalah anggaran dan biaya serta penggunaan sumber dayanya karena setiap penggunaan sumber daya yang digunakan akan mengurangi pendapatan perusahaan. Seorang manajer dituntut untuk jeli dalam mengeluarkan biaya, agar biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan sedikit tetapi memiliki manfaat yang luar biasa. Di samping itu pula alasan yang penting yaitu banyaknya barang dan jasa yang dapat dijual sangat dipengaruhi oleh harga dan biaya barang dan jasa.

Akan tetapi dalam memasarkan produk tentunya memerlukan biaya yang dapat meningkatkan penjualan suatu produk. Perusahaan tentunya harus memperhatikan masalah biaya pemasaran karena jika dilakukan secara tidak efektif maka akan mengurangi pendapatan perusahaan.

Banyaknya persaingan antar perusahaan-perusahaan mengakibatkan persaingan semakin ketat. Perusahaan akan berusaha semaksimal mungkin agar dapat menjadi lebih unggul dibandingkan perusahaan-perusahaan lainnya dan dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Dalam perusahaan, masalah biaya langsung ataupun tidak langsung sangat mempengaruhi pendapatannya. Salah satu biaya yang perlu dikendalikan dan diperhatikan secara serius adalah biaya pemasaran.

Kecenderungan untuk mengendalikan biaya pemasaran dalam dunia usaha semakin sulit dengan semakin banyaknya teknik-teknik biaya pemasaran. Akibatnya perusahaan tersebut harus memiliki strategi yang efektif dan inovatif dalam merencanakan teknik biaya pemasaran agar dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

Haruslah diutamakan penghematan biaya tanpa mengabaikan tujuan kegiatan pemasaran perusahaan karena hal itu merupakan syarat bagi pemenuhan tujuan perusahaan secara keseluruhan yaitu memperoleh laba. Dimana terdapat hubungan antara volume penjualan, biaya pemasaran, dan laba. Perusahaan berusaha untuk mengurangi biaya pemasaran tanpa mengurangi kegiatan penjualan perusahaan. Manajer pemasaran harus dapat mengendalikan biaya pemasaran seefektif mungkin. Caranya adalah dengan melakukan perencanaan biaya yang baik yaitu dengan melakukan penyusunan anggaran pemasaran. Anggaran pemasaran

dapat dijadikan pedoman agar setiap biaya pemasaran yang akan dikeluarkan dapat terjaga pada tingkat yang diinginkan.

Banyak cara yang harus ditempuh dan banyak tantangan yang perlu dihadapi, tetapi tidak dapat dihindari lagi bahwa kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran harus tetap terkendali. Dalam kondisi bagaimanapun biaya pemasaran harus tercemin secara wajar. Perusahaan dapat mengetahui apakah biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh perusahaan wajar atau tidak dengan cara melakukan analisis terhadap biaya pemasaran

Analisis tersebut dapat menjadi suatu alat bantu mengevaluasi biaya yang telah dikeluarkan untuk kegiatan pemasaran. Selain itu analisis ini dapat membantu menentukan profitabilitas setiap jenis produk sehingga perusahaan dapat mengarahkan usaha pemasaran dengan baik. Dengan meningkatnya persaingan antar perusahaan yang semakin tajam dan semakin besarnya prosentase pengaruh biaya pemasaran terhadap peningkatan laba, menjadikan analisis dan usaha pengendalian terhadap biaya pemasaran ini semakin vital. Faktor ini yang menjadi latar belakang penulis untuk meneliti dan mendalami masalah tersebut. Dalam penelitian ini penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul: “Peranan Biaya Pemasaran Dalam Peningkatan Laba Perusahaan Jasa Travel Selamat Trans”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas maka penulis mengidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

- a) Apakah perusahaan telah melakukan penggolongan biaya pemasaran?
- b) Bagaimanakah peranan biaya pemasaran dalam peningkatan laba perusahaan?

- c) Bagaimana tingkat efektifitas dan efisiensi biaya pemasaran dalam mencapai tujuan yang diinginkan?
- d) Faktor-faktor apa yang menghambat keberhasilan biaya pemasaran yang telah dikeluarkan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari masalah-masalah yang di uraikan diatas, maka tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah:

- a) Untuk mengetahui apakah perusahaan telah melakukan penggolongan biaya pemasaran?
- b) Untuk mengetahui bagaimanakah peranan biaya pemasaran dalam peningkatan laba perusahaan?
- c) Untuk mengetahui bagaimana tingkat efektifitas dan efisiensi biaya pemasaran dalam mencapai tujuan yang diinginkan?
- d) Untuk mengetahui faktor-faktor apa yang menghambat keberhasilan biaya pemasaran yang telah dikeluarkan?

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian yang penulis lakukan pada “Travel Selamat Trans” adalah sebagai berikut :

- a) Hasil penelitian yang dilakukan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan tentang pentingnya efektifitas dan efisiensi biaya pemasaran dalam peningkatan laba perusahaan.

- b) Peneliti berharap agar penelitian ini menjadi bahan referensi serta memberi masukan yang bermanfaat, bahkan memunculkan ide-ide dalam penelitian selanjutnya.
- c) Untuk menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti tentang biaya pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan dalam praktek yang sesungguhnya.