

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Dewasa ini persaingan antar usaha sangatlah ketat, untuk itu dalam menghadapi persaingan yang semakin tajam, maka perusahaan perlu mengadakan suatu kegiatan yang dapat membantu meningkatkan penjualannya disertai dengan harapan agar suatu hari akan mengalami perkembangan yang pesat.

Strategi promosi merupakan kegiatan memperkenalkan produk di dalam dunia pemasaran, meyakinkan dan mengingatkan kembali manfaat produk kepada para pembeli dengan harapan tergerak hati mereka untuk memilih dan membeli produk yang di produksi. Kegiatan promosi produk yang sejalan dengan rencana pemasaran secara keseluruhan serta dijalankan, diarahkan dan dikendalikan dengan baik dapat berperan secara berarti dalam mengembangkan laju penjualan hasil produksi, sehingga kebijakan dan pelaksanaannya harus pula terpadu dengan kebijakan pemasaran yang lain. Kegiatan promosi yang tidak mendapat dukungan dari kegiatan pemasaran yang lain sudah dipastikan tidak akan mampu untuk mencapai sasaran, disinilah pentingnya strategi promosi. Di bidang pemasaran kebijaksanaan yang ditempuh untuk memperoleh informasi bagi komunikasi yang dilakukan antara produsen dan konsumen dengan menggunakan promosi. Kegiatan promosi ini bertujuan untuk meyakinkan para pembeli tentang barang yang dijual oleh perusahaan.

Agar perusahaan tetap mampu bersaing dengan perusahaan lain yang mengeluarkan produk sejenis, maka manajemen perusahaan harus mampu mengolah perusahaannya dengan baik, supaya konsumen atau pelanggan yang ada tidak beralih ke produk lain. Penjualan produk yang baik maka akan dapat meningkatkan penjualan dan merebut pangsa pasar. Jika itu sudah terjadi maka dapat dipastikan perusahaan akan mendapat laba yang maksimal.

Jika pemasaran produk yang dilakukan kurang tepat maka akan terjadi penurunan penjualan yang akan memberi dampak penurunan pendapatan yang diterima oleh perusahaan tersebut.

Keberhasilan strategi promosi sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah biaya promosi. Biaya promosi adalah setiap pengorbanan atau biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk kegiatan promosi yang dilakukan dalam rangka menginformasikan produk kepada konsumen sehingga membuat konsumen yang awalnya tidak mengenal menjadi mengenal dan tertarik untuk membeli produk perusahaan. Biaya promosi ini sendiri ditentukan oleh perusahaan dengan cara menjumlahkan seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk melaksanakan strategi promosi.

Industri media cetak khususnya Koran, sedang mengalami peningkatan yang sangat pesat, ini ditandai dengan bertambahnya kuantitas perusahaan media cetak Koran di Sumatera Selatan seperti Sumsel Post, Sumatra Ekspres, Palembang Post, Radar Palembang, Sriwijaya Post dan lain lain. Selain itu, ada juga koran *online* yang menjadi pesaing terberat untuk industri media cetak karena menjadi sarana mencari informasi favorit di kalangan masyarakat dengan kelebihannya yang dapat di peroleh secara mudah dengan *gadget* atau komputer sehingga dapat dibaca dimana saja dan kapan saja dengan berita yang di *update* setiap waktu. Perusahaan diharuskan untuk melakukan strategi promosi yang terbaik dalam segi kualitas maupun kuantitas dari koran, sehingga dapat membuat masyarakat memilih koran yang mereka produksi dibandingkan dengan koran perusahaan lain atau koran *online*.

Harian Umum Sumsel Post Palembang adalah salah satu perusahaan media cetak yang memproduksi Koran yang beralamat di Jalan Bidar blok B no. 24 POM IX Palembang, di dirikan pada tanggal 10 November 2009 oleh Ir. Rahidin H Anang, Ms. Harian umum Sumsel Post mengalami suatu masalah dengan strategi promosi yang ingin mereka terapkan di perusahaan dikarenakan faktor biaya promosi untuk membuat strategi promosi berjalan dengan baik. Dengan adanya masalah tersebut mengakibatkan ketidakstabilan volume

penjualan Koran yang dijualnya untuk wilayah kota Palembang. Hal ini di lihat dari tabel data volume penjualan koran di harian umum sumsel post pada tahun 2014-2016 dibawah ini

Tabel 1.1
VOLUME PENJUALAN KORAN DALAM UNIT DAN RUPIAH, BIAYA
PROMOSI DAN LABA PADA HARIAN UMUM SUMSEL POST TAHUN
2012-2016

Tahun	Volume Penjualan (Unit)	Volume Penjualan (Rp)	Biaya Promosi	Biaya Produksi	Laba
2012	2.350.000 koran	Rp.4.700.000.000	Rp.120.000.000	Rp.2.820.000.000	Rp. 1.760.000.000
2013	2.430.000 koran	Rp.4.860.000.000	Rp.145.000.000	Rp. 2.916.000.000	Rp. 1.799.000.000
2014	2.450.000 koran	Rp 4.900.000.000	Rp.150.000.000	Rp. 2.940.000.000	Rp. 1.810.000.000
2015	2.400.000 koran	Rp 4.800.000.000	Rp.125.000.000	Rp. 2.880.000.000	Rp. 1.795.000.000
2016	2.340.000 koran	Rp 4.680.000.000	Rp.100.000.000	Rp. 2.808.000.000	Rp. 1.772.000.000

Sumber: Sumsel Post

Berdasarkan data volume penjualan dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016 di atas, dapat dilihat bahwa semakin besar biaya promosi maka jumlah penjualan volume penjualan koran juga ikut bertambah dan akan mempengaruhi laba yang akan di dapatkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Koran Pada Harian Umum Sumsel Post”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan sebelumnya, maka penulis merumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh biaya promosi dalam meningkatkan volume penjualan koran pada harian umum Sumsel Post?

2. Kegiatan Promosi apa sajakah yang dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan koran pada harian umum Sumsel Post?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar pembahasan proposal penelitian ini tidak menyimpang dari permasalahan, lebih terarah, tepat waktu dan dapat dilakukan penulis secara maksimal, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan yaitu pengaruh biaya promosi dalam upaya meningkatkan volume penjualan produk koran pada harian umum Sumsel Post.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

Adapun tujuan penelitian ini yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui Bagaimanakah pengaruh biaya promosi dalam meningkatkan volume penjualan.
2. Untuk mengetahui kegiatan promosi apa sajakah yang dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan koran pada harian umum Sumsel Post.

1.4.2 Manfaat

Adapun manfaat dari penulisan penelitian ini sebagai berikut.

1. Bagi Penulis
Diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan baru melalui pengalaman yang diperoleh selama melakukan penelitian, serta dapat mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Manajemen Pemasaran.
2. Bagi Perusahaan
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau bahan pertimbangan bagi harian umum Sumsel Post dalam menentukan strategi promosi untuk kegiatan usahanya.
3. Bagi Pihak Lain
Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan sebagai referensi bagi semua pihak nantinya dalam melakukan penelitian kedepan.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penulis membatasi ruang lingkup dalam pembahasan agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada yaitu tentang Pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan koran pada Harian Umum Sumsel Post.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Penulis menggunakan dua jenis sumber data, yaitu:

1. Data Primer

Data Primer adalah “Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data” (Sugiyono, 2013:193). Pada penulisan laporan ini data primer yang di berikan langsung oleh perusahaan, melalui wawancara langsung dengan Direktur Harian umum Sumsel Post Albizia Rahidin Anang yang diberikan wewenang untuk informasi yang penulis butuhkan dalam penulisan Laporan Akhir.

2. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan “sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data baik melalui orang lain maupun lewat dokumen” (Sugiyono, 2013:402). Data sekunder yang diperoleh penulis bersumber dari internet, bahan bacaan, studi literature dan dokumen-dokumen dari pihak harian umum sumsel post berupa keadaan umum perusahaan dan data volume penjualan 3 tahun terakhir yang berhubungan dengan permasalahan yang penulis bahas dalam Laporan Akhir pada harian umum Sumsel Post.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam mengumpulkan data dan informasi untuk penulisan proposal ini yaitu dengan menggunakan beberapa metode seperti:

1. Riset Lapangan (*field research*)

Riset Lapangan adalah kegiatan mengumpulkan data dengan mengadakan penelitian secara langsung ke lapangan atau perusahaan untuk mendapatkan data yang lengkap.

a. Wawancara

Menurut Sugiyono (2013:231) “Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu”.

Dalam pengumpulan data ini, penulis melakukan tanya jawab secara langsung dengan Albizia Pasmawijaya Putra sebagai Pimpinan umum harian umum Sumsel Post terkait informasi-informasi yang dibutuhkan.

2. Riset Kepustakaan (*Library research*)

Riset Kepustakaan adalah teknik pengumpulan informasi-informasi melalui literatur atau referensi yang dijadikan sebagai bahan yang dapat membantu penyelesaian laporan akhir ini.

1.6 Analisis Data

a. Analisis data kualitatif

“Analisis data kualitatif merupakan teknik penganalisaan terhadap data-data yang bersifat paparan dari berbagai data yang penulis peroleh kemudian menganalisisnya dengan berpedoman pada literature buku yang ada kaitannya dengan permasalahannya yang ada.” (Yusi, 2009:102)

Analisa data yang dilakukan berdasarkan pada data yang ada dengan teori kemudian dibuat suatu penafsiran terhadap masalah yang terjadi. Teknik analisis yang digunakan dalam Laporan Akhir ini adalah teknis analisis deskriptif yaitu analisis yang bersifat menjelaskan dan menggambarkan tentang strategi promosi dalam upaya meningkatkan penjualan koran pada harian umum Sumsel Post.

b. Analisis data kuantitatif

“Analisis data kuantitatif merupakan analisis data yang diukur dalam suatu skala *numeric* (angka) dengan melakukan perhitungan-perhitungan sehingga dapat diambil suatu kesimpulan yang akurat.” (Yusi, 2009:102)

Teknik analisis data yang digunakan penulis adalah teknik analisis regresi dengan aplikasi SPSS versi 17.0. Teknik analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan pada harian umum Sumsel Post. Menurut (Riduwan, 2011:151) Rumus regresi liner sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Y = ~~variabel dependen~~ (Volume Penjualan)
a = Konstanta
b = Koefisien Variabel X
X = Variabel Independen (Biaya Promosi)