

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam dunia bisnis keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari tingkat penjualan yang dilakukan perusahaan terhadap suatu produk. Seiring berkembangnya dunia bisnis, persaingan bisnis pun menjadi hal yang biasa untuk mendapatkan keuntungan maksimal. Para pengusaha mulai dari usaha menengah ke atas sampai dengan usaha menengah ke bawah akan melakukan hal-hal yang dapat menarik perhatian konsumen untuk meningkatkan volume penjualan produk mereka.

Salah satu cara untuk meningkatkan penjualan suatu perusahaan yaitu dengan cara melakukan strategi promosi yang menarik perhatian konsumen dan dapat memicu konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Salah satu usaha yang lagi berkembang saat ini adalah usaha aksesoris.

Perkembangan dunia fashion yang saat ini membuat orang-orang terutama remaja wanita ingin tampil modis tidak luput dari peran aksesoris yang dapat menunjang penampilan mereka dalam berbagai acara. Melihat kondisi tersebut, memberikan peluang untuk pelaku bisnis memanfaatkan peluang ini untuk membuka usaha aksesoris .

Persaingan bisnis dalam usaha aksesoris akan berpengaruh pada tingkat penjualan dari aksesoris tersebut. Dalam upaya mempertahankan keberlangsungan hidup suatu usaha, pemilik usaha melakukan berbagai strategi untuk menarik perhatian konsumen. Promosi merupakan salah satu cara untuk meningkatkan penjualan suatu produk. Promosi dapat dilakukan melalui iklan, promosi penjualan, penjualan personal, hubungan masyarakat, pemasaran langsung supaya calon konsumen lebih mengenal produk yang ditawarkan.

Demikian halnya dengan salah satu usaha toko aksesoris yang sedang berkembang yaitu Toko Adel Aksesoris yang beralamat di Jalan Lunjuk Jaya Palembang. Toko Adel Aksesoris Palembang memiliki beberapa cabang yaitu di Jalan Irigasi Pakjo dan Toko Besmen Pasar 16 Ilir Palembang, namun dalam laporan akhir ini penulis mengangkat sebagai objek di Toko Adel Aksesoris cabang Jalan Lunjuk Jaya Palembang. Dalam perjalanan usahanya tentu Toko Adel Aksesoris Palembang tidak luput dari permasalahan. Salah satu dari permasalahan tersebut yaitu naik turunnya volume penjualan. Untuk menghadapi permasalahan ini tentunya Toko Adel Aksesoris Palembang harus melakukan strategi promosi untuk meningkatkan volume penjualan. Kegiatan promosi yang telah dilakukan Toko Adel Aksesoris Palembang adalah melalui media sosial dalam hal ini *Facebook*, penjualan langsung, dan menjadi distributor untuk toko yang akan menjual kembali aksesoris tersebut, semua strategi promosi yang dilakukan bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan pada Toko Adel Aksesoris Palembang. Faktanya meski sudah melakukan kegiatan promosi volume penjualan Toko Adel Aksesoris Palembang masih ada yang mengalami penurunan. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan 3 tahun terakhir**  
**Toko Adel Aksesoris Palembang**  
**Tahun 2014-2016**

<b>Tahun</b>	<b>Biaya Promosi (Rp)</b>	<b>Volume Penjualan (Rp)</b>	<b>Target (Rp)</b>
2014	1.780.000	360.690.000	350.000.000
2015	1.545.000	275.420.000	370.000.000
2016	1.850.000	460.950.000	400.000.000

*Sumber: Toko Adel Aksesoris Palembang*

Berdasarkan data diatas dapat dilihat dalam tiga tahun terakhir ini pendapatan Toko Adel Aksesoris Palembang mengalami naik turun tiap tahunnya. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya strategi yang digunakan Toko Adel Aksesoris Palembang dalam promosinya. Meski

Toko Adel Aksesoris Palembang telah melakukan promosi namun faktanya masih saja pada tahun 2015 pendapatan Toko Adel Aksesoris Palembang mengalami penurunan. Penurunan Penjualan ini juga diikuti dengan penurunan biaya promosi pada tahun 2015 yaitu sebesar Rp. 1.545.000, meskipun penjualan pada tahun 2016 meningkat lagi dengan biaya promosi yang juga meningkat. Hal ini diharapkan tidak terjadi lagi pada tahun berikutnya, supaya tiap tahunnya pendapatan Toko Adel Aksesoris Palembang selalu meningkat.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik mengangkat topik di dalam penulisan laporan akhir ini dengan judul **“ANALISIS BIAYA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA TOKO ADEL AKSESORIS PALEMBANG”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengambil kesimpulan bahwa masalah dari penelitian ini yaitu bagaimana peran biaya promosi dalam meningkatkan volume penjualan pada Toko Adel Aksesoris Palembang?

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, penulis membatasi ruang lingkup pembahasan supaya tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang ada yaitu strategi promosi yang dilakukan pada Toko Adel Aksesoris Palembang.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan**

### **1.4.1 Tujuan Penulisan**

Adapun tujuan penulis mengadakan penelitian pada toko adel aksesoris, yaitu untuk mengetahui pengaruh biaya promosi dalam meningkatkan volume penjualan pada Toko Adel Aksesoris Palembang.

### **1.4.2 Manfaat Penulisan**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan dan pengalaman khususnya dalam mengetahui peranan biaya promosi untuk meningkatkan volume penjualan pada Toko Adel Aksesoris Palembang.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan untuk mengetahui seberapa besar peran biaya promosi dalam meningkatkan volume penjualan dan masukan dalam mengevaluasi kegiatan promosi Toko Adel Aksesoris Palembang.

3. Bagi Akademik

Sebagai media menambah wawasan bagi yang membacanya, selain itu diharapkan dapat menjadi masukan bagi rekan mahasiswa dan pihak lain yang ingin melakukan penelitian lebih luas terhadap masalah ini.

## **1.5 Metode Penelitian**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Dalam Laporan Akhir ini penulis memilih objek penelitian pada Toko Adel Aksesoris Palembang yang beralamat di Jalan Lunjuk Jaya Palembang. Bidang ilmu yang penulis ambil yaitu tentang pemasaran khususnya biaya promosi yang ada pada Toko Adel Aksesoris Palembang.

### **1.5.2 Jenis dan Sumber Data**

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan dalam penulisan Laporan Akhir ini adalah data primer dan data sekunder. Menurut Yusi dan Idris (2016), data-data tersebut sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu atau perseorangan langsung dari objeknya. Dalam penelitian ini, penulis memperoleh data primer dari Toko Adel Aksesoris Palembang melalui wawancara langsung.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, yang biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Dalam penelitian ini, penulis memperoleh data sekunder dari studi kepustakaan.

### **1.5.3 Teknik Pengumpulan Data**

Adapun teknik yang digunakan penulis dalam mengumpulkan data dan informasi untuk penulisan laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Riset Lapangan

Riset lapangan dilakukan dengan mendatangi langsung Toko Adel Aksesoris Palembang yang menjadi objek dalam laporan ini melalui wawancara dengan pemilik Toko Adel Aksesoris Palembang.

2. Riset Kepustakaan

Pada metode ini penulis mengumpulkan data dengan cara membaca, mempelajari buku-buku yang berhubungan dengan masalah yang sedang dibahas dalam Laporan Akhir ini.

### **1.5.4 Analisis Data**

Dalam penulisan laporan akhir ini penulis menggunakan metode analisis data deskriptif kualitatif, data yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat, atau gambar. Dalam metode ini penulis akan menjelaskan pembahasan mengenai strategi promosi yang digunakan dalam meningkatkan volume penjualan pada Toko Adel Aksesoris Palembang

dengan didasari teori-teori yang ada sebagai suatu informasi yang dibutuhkan.

Dalam penulisan laporan akhir ini juga untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap peningkatan volume penjualan penulis menggunakan rumus koefisien kolerasi.

Menurut Yusi (2016:150) untuk menentukan keeratan hubungan/kolerasi antar variabel berikut adalah nilai-nilai koefisien kolerasi (KK) sebagai patokan:

Nilai Korelasi	Interprestasi
0,000-1,199	Sangat rendah
0,200-0,399	Hubungan rendah
0,400-0,599	Hubungan sedang
0,600-0,799	Hubungan kuat
0,800-1,000	Hubungan sangat kuat

### 1. Koefisien korelasi

Yaitu rumus yang dilakukan untuk mengukur keeratan hubungan antara variabel (x) sebagai variabel bebas dan variabel (y) sebagai variabel terikat menurut Hasan (2012:234) yaitu:

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)\{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}}$$

Keterangan:

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Tahun

X = Biaya Promosi (Variabel Bebas)

Y = Volume Penjualan (Variabel Terikat)

Nilai dari koefisien korelasi (r) terletak antara -1 dan +1 ( $-1 \leq r \leq +1$ ).

1. Jika  $r = +1$ , terjadi koefisien korelasi positif sempurna antara variabel X dan Y
2. Jika  $r = -1$ , terjadi korelasi negatif sempurna antara variabel X dan Y
3. Jika  $r = 0$ , tidak terdapat korelasi antara variabel X dan Y
4. Jika  $0 < r < +1$ , terjadi korelasi positif antara variabel X dan Y
5. Jika  $-1 < r < 0$ , terjadi korelasi negative antara variabel X dan Y

## 2. Koefisien penentu atau koefisien determinasi

Yakni untuk menjelaskan besarnya pengaruh nilai suatu variabel (variabel x) terhadap naik turunnya nilai variabel lainnya (variabel y). Adapun koefisien penentu menurut Hasan (2012:236) adalah:

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KP = Koefisien Penentu

R = Koefisien Determinasi

r = Koefisien

## 3. Regresi Linier Sederhana

Digunakan untuk menghitung ramalan penjualan pada Toko Adel Aksesoris Palembang dan menghitung biaya promosi yang sesuai untuk ramalan penjualan tersebut. Adapun rumus regresi linierr sederhana (Yusi dan Idris, 2012:129) sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

X = Variabel Bebas (Biaya Promosi)

Y = Variabel Terikat ( Volume penjualan)

a = Bilangan konstanta

$b$  = Koefisien variabel bebas

Untuk mencari koefisien (a) dan (b) guna menghitung biaya promosi yang sesuai untuk target dan ramalan penjualan, dapat dihitung dengan menggunakan rumus regresi linierr metode *cross section* (sebab akibat) sebagai berikut:

$$a = Y' - bX' \quad \text{dan} \quad b = \frac{\sum XY - X' \sum Y}{\sum X^2 - X' \sum X}$$

Metode yang digunakan dalam menghitung ramalan penjualan adalah metode *least square*. Untuk mencari nilai a dan b dalam persamaan  $Y = a + bX$  dapat menggunakan rumus :

$$a = \frac{\sum Y}{n} \quad \text{dan} \quad b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

Keterangan:

Y = Variabel Terikat (Volume penjualan)

X = Variabel Bebas (Biaya Promosi)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

n = Jumlah Tahun

## 1.6 Sistematika Penulisan

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

1.2 Perumusan Masalah

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan Penulisan

1.4.2 Manfaat Penulisan

1.5 Metodologi Penelitian

- 1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian
- 1.5.2 Jenis dan Sumber Data
- 1.5.3 Teknik Pengumpulan Data
- 1.5.4 Analisa Data

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

### 2.1 Promosi

- 2.1.1 Pengertian Promosi
- 2.1.2 Tujuan Promosi
- 2.1.3 Fungsi Promosi
- 2.1.4 Strategi Promosi

### 2.2 Bauran Promosi

- 2.2.1 Periklanan
- 2.2.2 Promosi Penjualan
- 2.2.3 Hubungan Masyarakat
- 2.2.4 Pemasaran Langsung
- 2.2.4 Penjualan Pribadi

### 2.3 Volume Penjualan

- 2.3.1 Pengertian Volume Penjualan

## **BAB III KEADAAN PERUSAHAAN**

## **BAB IV PEMBAHASAN**

- 4.1 Kegiatan Promosi Perusahaan
- 4.2 Perhitungan Persentase Realisasi Penjualan
- 4.3 Hubungan Biaya Promosi
- 4.4 Ramalan Realisasi Penjualan
- 4.5 Biaya Promosi untuk Ramalan Realisasi Penjualan

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

- 5.1 Kesimpulan
- 5.2 Saran

## **DAFTAR PUSTAKA**