

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Seiring berjalannya waktu, persaingan perdagangan di Indonesia semakin ketat. Baik perdagangan dalam negeri maupun perdagangan internasional. Hal ini ditunjukkan dengan berkembangnya berbagai macam industri di Indonesia, dimana setiap perusahaan berusaha sebaik mungkin untuk memasarkan produk mereka agar dapat diterima masyarakat.

Industri penjualan mobil di Indonesia pada bulan Januari-Maret tahun 2018 mencapai 292.028 unit. Jumlah ini lebih tinggi dibandingkan dengan penjualan pada bulan Januari-Maret tahun 2017 yang mencapai 283.760 unit. (Sindonews.com)

Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat bahwa terdapat peningkatan jumlah pengguna mobil di Indonesia. Terlihat pada jumlah penjualan mobil pada periode bulan Januari-Maret tahun 2017 mencapai angka sebesar 283.760 unit. Angka tersebut dapat mencapai 292.028 unit pada bulan Januari-Maret 2018. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna mobil pribadi di Indonesia bertambah setiap bulannya.

Dengan demikian semakin banyak pula industri besar maupun kecil yang bergerak di bidang otomotif. Seperti halnya distributor atau agen-agen penjualan *sparepart*, suku cadang, perawatan hingga aksesoris kendaraan yang beredar di Indonesia.

Pada dasarnya setiap perusahaan menginginkan agar dapat berkembang. Tujuan tersebut tentu saja harus diwujudkan dengan berbagai macam cara yang dapat meyakinkan konsumen untuk membeli produk yang dipasarkan. Hal ini dapat dioptimalkan dengan menjalankan strategi bauran pemasaran yang didalamnya membahas 4P (*Product, Price, Place, dan Promotion*).

Toko Sumber Baru Palembang adalah salah satu usaha yang bergerak di bidang jual beli suku cadang berupa *accu* kendaraan. Toko ini terletak di Jalan Ogan Baru No. 1104, Kelurahan Bukit Lama, Kecamatan Ilir Barat I, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Saat ini, Toko Sumber Baru Palembang memiliki 2 (dua) cabang toko lainnya, yang berada di Jalan Ogan (samping kanan toko utama) dan di Jalan Angkatan 45.

Berdasarkan data yang didapat, Toko Sumber Baru Palembang menyediakan berbagai macam merk dan tipe *accu* kendaraan roda dua maupun kendaraan roda empat serta memberikan pelayanan terkait dengan pemasangan *accu* atau hanya sekedar untuk memeriksa dan men-charge *accu*. Berbagai merk *accu* yang tersedia diantaranya adalah GS Battery, Delkor MF Calsium Battery, Champion LM Battery, Rocket SMF Battery, Atlas Battery, NS Automotive Battery, RCA Automotif Battery, Solite Automotive MF Battery, Yuasa Pavecta dan Incoe Battery.

Penetapan harga produk yang dilakukan Toko Sumber Baru Palembang adalah dengan menentukan harga jual sesuai dengan harga yang ditentukan distributor. Berikut adalah daftar barang beserta kisaran harga *accu* yang dijual Toko Sumber Baru Palembang kepada konsumen.

Tabel 1.1  
Daftar Merk beserta Kisaran Harga *Accu* Mobil  
Toko Sumber Baru Palembang

No.	Merk Barang	Kisaran Harga
1.	GS Battery	Rp 568.000 – Rp 5.260.000
2.	Delkor MF Calsium Battery	Rp 789.000 – Rp 3.118.000
3.	Champion LM Battery	Rp 607.000 – Rp 3.668.000
4.	Rocket SMF Battery	Rp 990.000 – Rp 5.250.000
5.	Atlas Battery	Rp 920.000 – Rp 5.400.000
6.	NS Automotive Battery	Rp 531.000 – Rp 3.225.000
7.	RCA Automotif Battery	Rp 578.000 – Rp 2.941.000
8.	Solite Automotive MF Battery	Rp 850.000 – Rp 4.000.000

Lanjutan Tabel 1.1

9.	Yuasa Pavecta	Rp 521.000 – Rp 3.060.000
10.	Incoe Battery	Rp 578.000 – Rp 2.941.000

Sumber: Data diolah, 2018

Toko Sumber Baru Palembang melakukan kegiatan promosi dengan cara sederhana yaitu dengan menyebarkan informasi yang disampaikan secara langsung kepada konsumen yang mengunjungi toko tersebut. Selain itu, toko ini juga melakukan promosi dengan memasang papan nama beserta spanduk beberapa merk *accu* di depan toko. Hal ini juga dapat menarik perhatian calon konsumen untuk membeli produk yang tersedia di Toko Sumber Baru Palembang.

Toko Sumber Baru Palembang memasarkan produk berupa *accu* mobil dan motor kepada konsumen yang mengunjungi toko secara langsung. Dalam proses pendistribusian barang, toko ini memilih distributor yang berada di Kota Palembang yaitu PT Cipta Prima Yoga dan PT Anugerah Sumsel Prima. Toko Sumber Baru Palembang terletak pada lokasi yang cukup strategis, dimana konsumen dapat dengan mudah menemukannya karena berada di tepi jalan raya yang ramai dilalui kendaraan. Selain itu, tersedia juga pelayanan yang diberikan yaitu berupa tempat duduk dan air minum untuk konsumen yang datang.

Berdasarkan penjelasan mengenai strategi bauran pemasaran yang dilakukan Toko Sumber Baru Palembang, berikut adalah daftar total penjualan *accu* mobil (dalam satuan unit) untuk periode 3 (tiga) tahun terakhir.

Tabel 1.2  
Laporan Penjualan *Accu* Mobil Periode Tahun 2015-2017  
Toko Sumber Baru Palembang

NO.	BULAN	TAHUN		
		2015	2016	2017
1	Januari	452	476	470
2	Februari	464	459	457

Lanjutan Tabel 1.2

3	Maret	467	487	483
4	April	492	479	480
5	Mei	465	473	469
6	Juni	467	451	458
7	Juli	456	449	447
8	Agustus	499	480	479
9	September	493	478	481
10	Oktober	478	490	478
11	November	490	465	461
12	Desember	498	499	493
<b>TOTAL</b>		<b>5.721</b>	<b>5.686</b>	<b>5.656</b>

*Sumber: Toko Sumber Baru Palembang, 2018*

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas dapat diketahui bahwa terdapat penurunan jumlah penjualan semenjak tiga tahun terakhir pada Toko Sumber Baru Palembang. Pada tahun 2015, *accu* yang terjual adalah sebanyak 5.721 unit. Sedangkan tahun berikutnya mengalami penurunan menjadi 5.686 unit. Data penjualan pada tahun terakhir juga mengalami penurunan sebanyak 30 unit, sehingga jumlah penjualan pada tahun 2017 adalah sebesar 5.656 unit. Berdasarkan data jumlah penjualan tersebut penulis ingin mengetahui bagaimana penerapan strategi pemasaran yang dilakukan Toko Sumber Baru Palembang bila ditinjau berdasarkan 4P (*Product, Price, Promotion* dan *Place*).

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan pembahasan dan menulisnya dalam Laporan Akhir dengan judul “**Tinjauan Penerapan Strategi Bauran Pemasaran pada Toko Sumber Baru Palembang**”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis merumuskan permasalahan yang akan dibahas dalam laporan ini adalah:

1. Bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran yang dilakukan Toko Sumber Baru Palembang?
2. Bagaimana cara memaksimalkan penerapan strategi bauran pemasaran pada Toko Sumber Baru Palembang?

### **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Untuk menghindari pembahasan yang menyimpang dari topik yang dibahas, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian berdasarkan permasalahan yang ada. Adapun ruang lingkup penelitian yang akan dibahas oleh penulis adalah:

1. Bagaimana Strategi Produk, Harga, Promosi dan Saluran Distribusi/Tempat untuk produk *accu* mobil pada Toko Sumber Baru Palembang.
2. Bagaimana cara memaksimalkan penerapan strategi bauran pemasaran pada Toko Sumber Baru Palembang.

### **1.4 Tujuan dan Manfaat**

#### **1.4.1 Tujuan**

Adapun tujuan dilakukannya pembuatan Laporan Akhir ini antara lain:

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran yang dilakukan pada Toko Sumber Baru Palembang.
2. Untuk mengetahui bagaimana cara memaksimalkan strategi bauran pemasaran pada Toko Sumber Baru Palembang.

#### **1.4.2 Manfaat**

Manfaat penulisan Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

### 1. Bagi penulis

Untuk penulis laporan ini diharapkan dapat memberikan manfaat yakni dapat memperkaya wawasan terutama dalam ilmu pengetahuan Manajemen Pemasaran dan meningkatkan keterampilan dalam menulis, serta dapat mengaplikasikan teori-teori yang telah diperoleh melalui perkuliahan dalam bentuk karya ilmiah berupa Laporan Akhir.

### 2. Bagi Toko Sumber Baru Palembang

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi kepada Toko Sumber Baru Palembang mengenai strategi bauran pemasaran sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan-keputusan pada masa yang akan datang.

### 3. Bagi pihak lain

Dapat menambah pengetahuan serta dapat dijadikan salah satu referensi bagi mahasiswa yang ingin lebih dalam mengkaji dan sebagai pembanding penelitian sejenisnya.

## **1.5 Metodologi Penelitian**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Objek penelitian ini dilakukan di Toko Sumber Baru Palembang yang berada di Jalan Ogan Baru No. 1104, Kelurahan Bukit Lama, Kecamatan Ilir Barat I, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Adapun penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran yang dilakukan Toko Sumber Baru Palembang serta bagaimana cara memaksimalkan penerapan strategi bauran pemasaran pada Toko Sumber Baru Palembang.

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

Jenis data yang penulis gunakan dalam menulis laporan ini adalah sebagai berikut:

### 1. Data Primer

Data Primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari obyeknya menurut Yusi, Idris (2016:109). Data primer yang penulis peroleh dari Toko Sumber Baru Palembang adalah melalui wawancara secara langsung dengan pemilik Toko Sumber Baru Palembang, dokumentasi seperti foto-foto produk yang dijual di Toko Sumber Baru Palembang serta penyebaran kuesioner kepada sebagian konsumen yang telah melakukan pembelian produk pada Toko Sumber Baru Palembang.

### 2. Data Sekunder

Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi menurut Yusi, Idris (2016:109). Dalam laporan ini penulis menggunakan data sekunder yang diperoleh dari Toko Sumber Baru Palembang seperti struktur organisasi, sejarah toko, uraian tugas karyawan, dan informasi-informasi lainnya yang mendukung penyelesaian laporan ini. Data sekunder dalam penelitian ini juga penulis peroleh dari studi kepustakaan.

### **1.5.3 Metode Pengumpulan Data**

Adapun teknik yang digunakan oleh penulis dalam proses pengumpulan data dan informasi untuk Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Riset lapangan (*Field Research*)

Menurut Nazir (2003:174) penelitian lapangan dimaksudkan untuk mendapatkan data primer yang dilakukan dengan cara melihat langsung objek atau aktivitas yang sebenarnya. Adapun teknik yang akan digunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Menurut Yusi, Idris (2009:317) wawancara adalah percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara kepada pemilik Toko Sumber Baru Palembang yaitu Bapak Nasri Edy dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian sehingga dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk penulisan Laporan Akhir.

b. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2012:240) dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen dapat berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Penulis memperoleh data dokumentasi dengan menggunakan kamera telepon genggam untuk mendapatkan data-data berupa foto-foto produk yang dijual di Toko Sumber Baru Palembang.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan alat pengumpul data primer berupa daftar pertanyaan terbuka maupun tertutup yang diajukan kepada responden (Yusi dan Idris, 2006:120). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pertanyaan tertutup yang diajukan kepada responden yang pernah membeli produk *accu* mobil di Toko Sumber Baru Palembang.

2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Penulis melakukan riset kepustakaan dengan cara mempelajari dan membaca literatur-literatur, buku, artikel-artikel, majalah dan sumber ilmu lainnya yang relevan dengan

permasalahan sehingga diperoleh pengetahuan secara teoritis mengenai masalah yang akan dibahas.

#### 1.5.4 Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013:115).

Populasi di dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah membeli produk *accu* mobil di Toko Sumber Baru Palembang yang berjumlah kurang lebih 450 orang perbulan. Data ini penulis dapatkan dari Toko Sumber Baru Palembang.

##### 2. Sampel

Menurut Yusi dan Idris (2016:64) sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam suatu penelitian yang diambil dengan menggunakan cara-cara tertentu. Dalam penelitian ini untuk menghitung sampel penulis menggunakan Rumus Slovin sebagai berikut (Sugiyono, 2013:85):

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

$n$  = Ukuran Sampel

$N$  = Ukuran Populasi

$e$  = Persentase Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan (10%)

Untuk mendapatkan sampel dari populasi konsumen yang penulis dapatkan dari Toko Sumber Baru Palembang, adapun perhitungannya sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{450}{1 + 450 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{450}{1 + 450 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{450}{1 + 4,5}$$

$$n = 81,81 \text{ (dibulatkan menjadi 82)}$$

Jadi, sampel dalam penelitian ini didapat sebesar 82 orang konsumen.

### 3. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik *nonprobability sampling* berupa *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2013:367) *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Adapun mengenai *accidental sampling*.

Menurut Yusi dan Idris (2016:72) dalam teknik *accidental sampling* pengambilan sampel tidak ditetapkan terlebih dahulu. Peneliti langsung mengumpulkan data dari unit sampling yang dijumpainya bila dipandang orang yang kebetulan dijumpai itu sesuai sebagai sumber data. Setelah jumlah diperkirakan mencukupi, pengumpulan dihentikan, dan data diolah.

#### 1.5.5 Metode Analisis Data

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, penulis mengumpulkan data melalui wawancara, dokumentasi dan studi pustaka kemudian

data yang diperoleh, diolah dan digolongkan berdasarkan kebutuhannya. Selanjutnya data dianalisis dalam bentuk uraian penjelasan menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik (Yusi dan Idris, 2016:108). Jadi, teknik analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menguraikan dan menjelaskan tentang tinjauan terhadap penerapan strategi bauran pemasaran berupa Produk, Harga, Promosi, dan Saluran Distribusi sehingga dapat diambil suatu kesimpulan untuk dijadikan masukan bagi Toko Sumber Baru Palembang.

Selain itu, penulis juga mengumpulkan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen yang pernah melakukan pembelian di Toko Sumber Baru Palembang. Selanjutnya penulis akan mengolah data tersebut dengan metode analisis kuantitatif.

Menurut Kuncoro (2013:145) metode kuantitatif merupakan hasil dari pengolahan data yang dapat diukur dalam skala numerik. Dalam metode ini, untuk mengolah data penelitian penulis menggunakan pengukuran Skala Likert yaitu sebagai berikut:

Menurut Sugiyono (2008:107-108) salah satu skala pengukuran itu adalah Skala Likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pada Skala Likert terdapat 5 (lima) alternatif jawaban yang dapat dipilih oleh responden atas setiap pernyataan yang ada untuk setiap variabelnya, yang telah diskalakan dengan skor 1-5 (satu sampai lima). Tingkatan tabel Skala Likert yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3  
Nilai Pengukuran Skala Likert

NO	Keterangan	Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Cukup Setuju (CS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2008: 109)

Adapun untuk menghitung jawaban kuesioner dari responden, penulis menggunakan persentase IS (Interpretasi Skor). Menurut Riduwan dan Akdon (2013: 18), rumus persentase dan kriteria IS (Interpretasi Skor) sebagai berikut:

$$IS = \frac{\text{Total Skor Penelitian}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

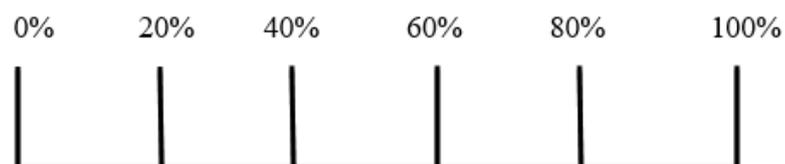
Keterangan:

IS = Interpretasi Skor

Total Skor Penelitian = Jawaban responden x bobot nilai (1-5)

Skor Ideal = Skala nilai tertinggi x jumlah responden

Gambar 1.1  
Presentase Interpretasi Skor



Sumber: Riduwan dan Akdon (2013:18)

Setelah menentukan dan menghitung persentase jawaban responden, selanjutnya hasil perhitungan tersebut akan

diinterpretasikan berdasarkan kriteria Interpretasi Skor yang telah ditentukan yaitu sebagai berikut (Riduwan dan Akdon, 2013: 18):

- a. Angka 0% - 20% = Sangat lemah
- b. Angka 21% - 40% = Lemah
- c. Angka 41% - 60% = Cukup
- d. Angka 61% - 80% = Kuat
- e. Angka 81% - 100% = Sangat kuat