

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sektor industri memegang perananan penting sebagai mesin pembangunan, karena sektor industri memiliki beberapa keunggulan dibandingkan sektor lain karena nilai kapitalisasi modal yang tertanam sangat besar, kemampuan menyerap tenaga kerja yang besar, juga kemampuan menciptakan nilai tambah (*value added creation*) dari setiap input atau bahan dasar yang diolah. Peranan sektor industri dalam pembangunan ekonomi nasional dapat dilihat dari kontribusi masing-masing subsektor terhadap laju pertumbuhan ekonomi nasional.

Pembangunan industri dalam meningkatkan nilai tambah, memperluas kesempatan kerja dan menyediakan barang dan jasa bermutu dengan harga bersaing di pasar dalam maupun luar negeri, meningkatkan ekspor, menunjang pembangunan daerah dan sektor pembangunan lainnya serta pengembangan kemampuan dalam teknologi. Dalam membangun daya saing yang berkelanjutan, upaya pemanfaatan seluruh potensi sumber daya yang dimiliki bangsa serta kemampuan untuk memanfaatkan peluang - peluang yang ada di luar maupun di dalam negeri harus dilakukan secara optimal. Oleh karena esensi daya saing yang berkelanjutan tersebut terletak pada upaya menggerakkan dan mengorganisasikan seluruh potensi sumber daya produktif, untuk menghasilkan produk inovatif yang

lebih murah, lebih baik, lebih mudah di dapat dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan permintaan pasar.

Industri Pengolahan adalah suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah suatu barang dasar secara mekanis, kimia, atau dengan tangan sehingga menjadi barang jadi/setengah jadi, dan atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya dan sifatnya lebih dekat kepada pemakai akhir. Industri meubel merupakan salah satu jenis industri pengolahan yang memanfaatkan kayu sebagai bahan utama. Perkembangan industri meubel di Pringsewu mengalami peningkatan dan semakin tinggi permintaan akan produk meubel.

Meubel Surya Kencana Sukoharjo merupakan salah satu usaha dalam bidang pengolahan dan penjualan furnitur. Kegiatan promosi ini dilakukan untuk menarik masyarakat untuk melakukan pembelian. Meubel Surya Kencana Sukoharjo sebagai produsen sekaligus penjual menyadari bahwa promosi merupakan sarana yang baik untuk memberikan informasi kepada konsumen. Kegiatan promosi tersebut dilakukan untuk mengkomunikasikan dengan konsumen guna meningkatkan penjualan. Penjualan produk pada Meubel Surya Kencana Sukoharjo Tahun 2019 sebagai berikut:

Tabel. 1
Data Penjualan Meubel Surya Kencana Sukoharjo Tahun 209

No	Bulan	Penjualan/ Unit	Jumlah Kenaikan dan Penurunan	Persentase (%)
1	Januari	16		
2	Februari	14	-2	-13%
3	Maret	12	-2	-14%
4	April	9	-3	-25%
5	Mei	8	-1	-11%
6	Juni	14	6	75%
7	Juli	5	-9	-64%
8	Agustus	7	2	40%
9	September	9	2	29%
10	Oktober	5	-4	-44%
11	November	7	2	40%
12	Desember	6	-1	-14%
	Total Penjualan	110		

Sumber: Meubel Surya Kencana Sukoharjo Tahun 2019

Berdasarkan tabel diatas penjualan pada Meubel Surya Kencana Sukoharjo Mengalami Fluktuatif. Pada periode bulan Januari sampai dengan bulan Mei penjualan mebel cenderung menurun. Kemudian pada bulan Juni mengalami kenaikan sebesar 6 unit atau naik sebesar 75% dari bulan sebelumnya. Kemudian terjadi penurunan yang sangat berarti pada bulan Juli penjualan berkurang 9 unit dibandingkan dengan bulan Juni. Dilihat dari jumlah total penjualan pada tahun 2019 sebanyak 110 unit. Kenaikan dan penurunan penjualan akan berdampak pada laba yang akan diterima oleh perusahaan. Untuk itu perusahaan perlu mengarahkan segala upaya yang dapat meningkatkan volume penjualan.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan adalah melakukan promosi. Promosi sebagai alat bantu untuk memasarkan produk, menghimbau pembeli dan meneruskan informasi dalam proses keputusan membeli. Dalam tahap promosi perusahaan dapat menggunakan alat-alat promosi yang lebih dikenal dengan bauran promosi yaitu periklanan, promosi penjualan, penjualan perorangan, publisitas dan penjualan langsung. Dalam Islam dasar mengenai promosi sebagai berikut:

Rasulullah -shallallahu 'alahi wa sallam- pernah bersabda kepada penjual makanan yang menampakkan makanan yang baik, sementara yang kualitas buruk disamarkan,

أَفْ لَاجِدْ لَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ لِيُرَاهُ النَّاسُ، مِنْ غَشِّهِ لَيْسَ

مَنْعِي

“Mengapa kamu tidak menampakkan pula yang kualitas rendah itu agar orang-orang bisa mengetahuinya. Siapa saja yang suka menipu maka dia bukan golonganku.” (HR. Muslim, Kitab Al-Iman, no. 102 vol. 1, 99.)

Nabi shallallahu 'alahi wa sallam- melarang penjual makanan melakukan penyamaran barang dagangan dengan cara memperlihatkan barang kualitas baik di atas, sementara yang rentah diletakkan di bawahnya dengan tujuan menipu. Ini menunjukkan larangan bagi penjual untuk menampakkan sifat tidak sesuai

dengan produk yang dia jual. baik hal tersebut dilakukan dengan ucapan maupun perbuatan.

Dalam ayat tersebut terkandung bahwa sebagai seorang produsen atau pemasar kita diperbolehkan untuk menyampaikan kelebihan dan keistimewaan akan produk yang akan dijual sehingga orang akan berminat dan membeli produk yang kita jual namun apabila produk yang akan kita jual terdapat kekurangannya maka kita wajib untuk memberitahukannya kepada calon pembeli tersebut

Berkaitan dengan promosi tentunya tidak terlepas dari biaya promosi. Perusahaan mengeluarkan biaya promosi untuk menyalurkan informasi produknya kepada konsumen guna meningkatkan volume penjualan. Semakin besar biaya-biaya yang dikeluarkan diharapkan semakin besar pula tingkat volume penjualannya. Dalam arti semakin besar biaya promosi perusahaan maka diharapkan volume penjualan akan naik. Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang, semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan.

Atas dasar latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka peneliti tertarik untuk menganalisis lebih lanjut tentang pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan pada Meubel Surya Kencana Sukoharjo.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah :

“Bagaimanakah Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Meubel Surya Kencana Sukoharjo?”.

Dari rumusan masalah diatas maka penulis mengambil judul:

ANALISIS BIAYA PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJULAN DI MEUBEL SURYA KECANA SUKOHARJO

C. Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian ini tidak menyimpang dari permasalahan, maka peneliti membatasi ruang lingkup penelitian sebagai berikut :

1. Objek penelitian adalah Biaya Promosi dan Volume Penjualan
2. Subjek penelitian yaitu Meubel Surya Kencana Sukoharjo Kabupaten Pringsewu.
3. Waktu penelitian tahun 2020.
4. Tempat penelitian pada Meubel Surya Kencana Sukoharjo Kabupaten Pringsewu.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui:

“Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Meubel Surya Kencana Sukoharjo.

2. Kegunaan Penelitian

a. Manfaat Secara Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan manajemen pemasaran dan menambah kajian manajemen terutama berhubungan dengan keterkaitan antara biaya promosi terhadap volume penjualan.

b. Manfaat Secara Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak manajemen Meubel Surya Kencana Sukoharjo dalam hal menerapkan biaya promosi dalam meningkatkan volume penjualan.