



## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Meubel adalah istilah yang digunakan untuk perabot rumah tangga yang berfungsi sebagai tempat penyimpanan barang, tempat duduk, tempat tidur, tempat mengerjakan sesuatu dalam bentuk meja atau tempat menaruh barang di permukaannya. Misalnya furniture sebagai tempat penyimpanan biasanya dilengkapi dengan pintu, laci dan rak, contoh lemari pakaian, lemari buku dan lain lain. Furniture dapat terbuat dari kayu, bambu, logam, plastik dan lain sebagainya.

Mengingat semakin pesatnya pertumbuhan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen, semakin bertambah banyak, baik dalam jumlah maupun jenisnya. Hal ini mendorong perusahaan-perusahaan saling berpacu agar dapat memuaskan kebutuhan konsumen dengan cara menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan keinginan konsumen. Keadaan ini mengakibatkan terciptanya persaingan sesama perusahaan yang menghasilkan barang dan jasa yang sejenis

Untuk menghadapi persaingan ini memaksa perusahaan untuk berorientasi pada kegiatan pemasaran. Kegiatan yang dilakukan perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Sehingga dapat dikatakan bahwa pemasaran memegang peranan penting dalam menunjang kegiatan perusahaan di dalam meningkatkan penjualan.

Agar tujuan perusahaan untuk meningkatkan hasil penjualan tercapai maka perusahaan harus mempunyai cara-cara atau metode-metode yang

digunakan sebagai pedoman terutama dalam bidang pemasaran. Strategi pemasaran adalah cara yang paling tepat dalam upaya meningkatkan penjualan, caranya ialah dengan menetapkan harga, promosi serta saluran distribusi, terhadap barang dan jasa yang bisa memberikan kepuasan kepada konsumen.

Dari beberapa strategi pemasaran tersebut di atas, bauran promosi dan kebijakan harga dalam hal ini adalah pemberian potongan harga merupakan bagian yang penting serta berpengaruh terhadap peningkatan hasil penjualan. Promosi dapat menambah serta mempengaruhi konsumen terhadap nilai pada barang atau jasa yang sedang diedarkan di pasaran. Kegiatan ini mendorong dan mengarahkan konsumen untuk membeli, sehingga penjualan akan meningkat sesuai tujuan yang diharapkan, selain itu pula pemberian potongan harga kepada pelanggan maupun pada saat pembelian dalam skala yang lebih besar sedikit banyak akan dapat menambah bahkan mempertahankan minat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan perusahaan.

Dengan adanya promosi dan kebijakan harga dalam hal ini adalah potongan harga yang diberikan oleh perusahaan diharapkan penjualan akan dapat ditingkatkan. Agar perusahaan dapat menggunakan promosi dan harga secara efektif, maka sebelum mengadakan kegiatan tersebut hendaknya diadakan suatu perencanaan yang baik dengan memperhatikan segala faktor yang berkaitan dengan promosi dan kebijakan harga sehingga apa yang





dilaksanakan dapat berhasil dengan baik. Tentu saja hal ini harus disesuaikan dengan maksud dari periklanan yang dapat menarik konsumen yang nantinya membuat minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan perusahaan.

Pengetahuan akan bauran promosi atau *promotion mix* yang baik dalam upaya pelaksanaan kegiatan pemasaran secara intensif menjadi factor penting yang harus diketahui perusahaan dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan menjangkau konsumen sebanyak banyaknya. Dengan adanya penelitian tentang bauran promosi diharapkan bisa membantu untuk mewujudkan suatu tujuan perusahaan.

Dalam penelitian ini obyek yang akan diteliti adalah PT. PRIORITAS GRUP cabang Sei.pakning yang merupakan salah satu reseller yang beralamatkan di Jalan Jend Sudirman Sei.Pakning. Alasan pemilihan lokasi tersebut adalah karena letaknya yang strategis berada di kawasan Kota, sehingga memudahkan dalam hal transportasi terutama bagi para pelanggan yang ingin membeli perabotan rumah tangga baik cash maupun kredit.

Berikut ini adapun produk- produk yang dijual dan diskon di PT.PRIORITAS GRUP sebagai mana dikemukakan di tabel di bawah Produk- produk perabotan rumah tangga yang di diskoni di PT. PRIORITAS GRUP Cab. Sungai Pakning seperti yang terlihat di tabel di bawah ini :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Site Iamir University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

**Tabel 1.1 Daftar Harga dan Nama Barang Yang Didiskon di PT. Prioritas Grup Sungai Pakning.**

Nama barang	Harga	Diskon
Lemari pakaian lp 2998	Rp. 2.365.000	10 %
Mesin cuci SANYO 740	Rp.1.800.000	20 %
TV LED LG 22	RP.2.330.000	30%
Tempat tidur ANANTA series	Rp. 5.400.000	40 %
Meja makan GHAZA	Rp. 2.250.000	15 %
Kulkas LG 212	Rp. 2.490.000	45 %
Kasur springbed CHRYSANT 180 x 200	Rp. 3.500.000	25 %

Sumber: PT.PRIORITAS GRUP. 2015

Dari tabel 1.1 diatas dapat di jelaskan barang- barang yang didiskon hanya di DP atau uang muka,jadi promosi yang dibuat oleh pihak manajemen PRIORITAS yaitu DP ringan dari harga jual barang tersebut. Seperti lemari pakaian LP 2998 harga Rp. 2.365.000 di diskon 10 % menjadi Rp. 236.500, Mesin cuci SANYO 740 harga Rp 1.800.000 diskon 20 % menjadi Rp 360.000, TV LED LG 22 harga Rp 2.330.000 diskon 30 % menjadi Rp 690.000, Tempat tidur ANANTA series full set harga Rp. 5.400.000 diskon 40 % menjadi Rp. 2.160.000, Meja makan GHAZA harga Rp. 2.250.000 diskon 15 % menjadi Rp 337.500, Kulkas LG 212 harga Rp 2.490.000 diskon 45 % menjadi Rp 1.120.500, dan Kasur springbed CHYSANT 180x200 harga Rp. 3.500.000 diskon 25 % menjadi Rp 875.000.

Dari variasi masing- masing harga yang ditetapkan oleh pihak manajemen PT.PRIORITAS GRUP, dengan total penjualan setiap tahunnya dikemukakan pada tabel dibawah ini :

**Tabel 1.2. Target penjualan, Realisasi dan Persentase Penjualan PT. Prioritas Grup cab. Sungai Pakning Dari Tahun 2012 – Juli 2015**

Tahun	Target Penjualan (Unit)	Realisasi Penjualan (Unit)	Persentase (%)
2012	62.948 Unit	27.842 Uit	44, 23 %
2013	66.827 Unit	36.040 Unit	53, 93 %
2014	55.368 Unit	29.113 Unit	52, 58 %
2015	62.185 Unit	39.525 Unit	63, 56 %

Sumber: PT.PRIORITAS GRUP. 2015 Unit

Dari tabel 1.2 terlihat bahwa realisasi penjualan melebihi dari target penjualan, pada tahun 2012 target penjualan 62.948 realisasi 27.842 (44,23%). Pada tahun 2013 target penjualan 66.827 realisasi 36.040 (53,93%), pada tahun 2014 target penjualan 55.368 realisasi 29.113 (52,58%), dan pada tahun 2015 target penjualan 62.185 realisasi 39.525 (63,56%).

Ada pun tabel ke 1.3 data promosi yang dilakukan PT.Prioritas grub yang ditunjukkan tabel dibawah ini

**Tabel 1.3. Data Promosi PT.Prioritas Grup Cab. Sungai Pakning 2013**

No	Promosi	Biaya Promosi
1	<b>MEDIA ELEKTRONIK-RADIO</b>	Iklan baca, durasi penayangan 60 detik, periode penayangan 1 bulan, RP 4.000.000
2	<b>PAMERAN, KONSER</b>	Sponsorship, pertandingan hut kemerdekaan, RP 5.000.0000
3	<b>KEGIATAN AMAL</b>	Memberikan sajadah ke mesjid, mushalla, 20 roll sajadah, RP 7.000.000. 1 roll sajadah RP 350.000
4	<b>SPANDUK</b>	Digital printing 6 M x 18.000 = 108.000 20 lembar spanduk berukuran 6 M 20 x 108.000 = 2.160.000 dan biaya pemasangan RP. 30.000
5	<b>BROSUR</b>	8.000 lembar (muka depan) RP 2.567.000

Sumber: PT.PRIORITAS GRUP. 2015



Terlihat tabel diatas cara atau usaha promosi yang dilakukan PT Prioritas Grup tampak jelas untuk melakukan promosi tetap di ingat di kalangan masyarakat Sungai Pakning, untuk menguasai pangsa pasar, dan meningkatkan penjualan perabotan rumah tangga setiap tahunnya.

Adapun jumlah pembeli dan target konsumen di PT. Prioritas Grub cab. Sungai Pakning terlihat tabel 1.5 dibawah ini dari tahun 2012 sampai 2015:

TAHUN	JUMLAH KONSUMEN	TARGET KONSUMEN
2012	1.293	1000
2013	1.946	1500
2014	2.268	2000
2015	1.822	2500

Sumber: PT.PRIORITAS GRUP. 2015

Terlihat dari tabel 1.5 data jumlah konsumen dan target konsumen meningkat setiap tahunnya, pada tahun 2012 jumlah konsumen 1.293 target konsumen 1.000 orang, pada tahun 2013 jumlah konsumen 1.946 target konsumen 1.500 orang, pada tahun 2014 jumlah konsumen 2.268 target konsumen 2.000 orang, dan pada tahun 2015 jumlah konsumen 1.822 dan target konsumen 2.500 orang. Pada tahun 2015 di hitung januari sampai juni 2015.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, maka penulis tertarik ingin melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PERABOTAN RUMAH TANGGA DI PT. PRIORITAS GRUP CABANG SUNGAI PAKNING KEC. BUKIT-BATU KABUPATEN BENGKALIS”**.



## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat disimpulkan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Personal Selling berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan perabotan rumah tangga di PT. Prioritas Grup cabang Sungai pakning, Kec.Bukit Batu Kabupaten Bengkalis ?
2. Apakah iklan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan perabotan rumah tangga di PT. Prioritas Grup cabang Sungai pakning, Kec.Bukit Batu Kabupaten Bengkalis ?
3. Apakah Promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan perabotan rumah tangga di PT. Prioritas Grup cabang Sungai pakning, Kec.Bukit Batu Kabupaten Bengkalis ?
4. Apakah Public Relation berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan perabotan rumah tangga di PT. Prioritas Grup cabang Sungai pakning, Kec.Bukit Batu Kabupaten Bengkalis ?
5. Apakah personal selling, iklan,promosi penjualan,public relation, berpengaruh simultan terhadap volume penjualan perabotan rumah tangga di PT Prioritas Grup cabang Sungai Pakning,Kec.Bukit Batu Kabupaten Bengkalis?

## 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

- 1.4 Untuk mengetahui dan menganalisa Bauran Promosi terdiri dari personal selling, iklan, promosi penjualan, public relation, berpengaruh simultan

terhadap volume penjualan perabotan rumah tangga di PT.PRIORITAS GRUB cabang Sungai Pakning Kec Bukit Batu Kabupaten Bengkulu

### 1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis dapat digunakan sebagai perbandingan sejauh mana teori-teori yang sudah diperoleh selama perkuliahan dapat diterapkan secara nyata di dunia usaha.
2. Sebagai informasi tambahan bagi peneliti lain yang meneliti masalah yang berhubungan dengan penelitian ini.
3. Bagi perusahaan Sebagai masukan bagi pihak perusahaan dalam melakukan promosi yang tepat, sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan.
4. Bagi pihak terkait dapat digunakan sebagai bahan referensi.

### 1.4 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terbagi atas lima bab yang secara umum dapat diuraikan sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang pemilihan judul, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang teori-teori serta pendapat para ahli yang merupakan dasar dalam melakukan penilaian atas permasalahan yang dibahas yaitu: penelitian terdahulu, pengertian pemasaran



bauran pemasaran, promosi, bauran promosi, volume penjualan kerangka berfikir, model hipotesis.

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang rancangan penelitian, data yang digunakan, teknik pengumpulan data serta metode analisis.

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan uraian mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dilakukan

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran yang penulis berikan kepada pihak perusahaan.

### **BAB III**

### **BAB IV**

### **BAB V**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hal cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

