

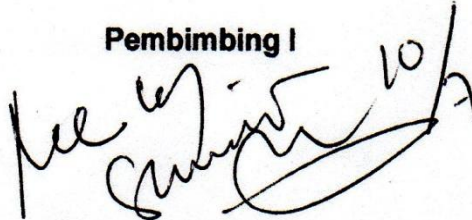
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

PENGARUH HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN MOTOR SUZUKI
PADA PT.SINAR GALESONG PRATAMA CABANG GORONTALO

OLEH :
SUCIPTO KATILI
NIM. 931 410 017

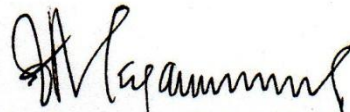
TELAH DIPERIKSA DAN DISETUJUI UNTUK DI UJI

Pembimbing I



Dr. Arifin Tahir, M.Si
NIP. 19560826 198203 1 002

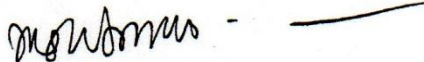
Pembimbing II



Meyko Panigoro, S.Pd, M.Pd
NIP. 19790524 200501 2 002

Mengetahui :

Ketua Jurusan Manajemen



Drs. Maha Atma Kadji., M.Si.
NIP. 19660113 200312 1001

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia usaha, perusahaan memiliki tujuan utama yang hendak dicapai, untuk meningkatkan laba (keuntungan) perusahaan sebesar-besarnya, mempertahankan kesinambungan perusahaan dan pertumbuhan yang secara terus-menerus. Suatu instansi maupun perusahaan, apabila menghasilkan laba yang sebesar-besarnya hal demikian pun dapat membuat perusahaan berada pada tingkat pertumbuhan yang dapat dipertahankan.

Pemasaran merupakan kegiatan perusahaan yang menjadi faktor penentu ketahanan hidup perusahaan karena pemasaran meliputi kegiatan-kegiatan perusahaan untuk meningkatkan jumlah permintaan atas produk yang ditawarkan. Kekuatan ekonomi dan persaingan dalam lingkungan pemasaran mempengaruhi keputusan dan kegiatan para pemasar dan konsumen. Perusahaan dikatakan sukses bila perusahaan mencapai tujuannya.

Pemasaran merupakan hal yang sangat mendasar, sehingga tidak dapat diperlakukan sebagai fungsi yang terpisah. Pemasaran merupakan cara memandang seluruh perusahaan dari hasil akhirnya, yaitu dari sudut pelanggannya (Peter, 2000: 1). Keberhasilan suatu bisnis ditentukan oleh tercapainya suatu tujuan perusahaan. Sedangkan menurut Guiltinan dan

Paul (1994: 16) mengungkapkan bahwa Konsep pemasaran berfungsi sebagai titik awal kita untuk membahas manajemen pemasaran karena konsep ini menggambarkan misi dasar dari bisnis.

Pemasaran dalam suatu perusahaan salah satu faktor yang penting dan turut menentukan kelangsungan hidup bagi suatu perusahaan, sebab kegagalan dalam memasarkan barang akan berakibat fatal. Hal ini dapat mengancam perusahaan dalam kebangkrutan karena modal atau dana dari perusahaan akan sulit di kembalikan dan tujuan dari perusahaan tidak akan tercapai. Hal tersebut mengakibatkan perusahaan terancam kebangkrutan. Untuk itu perusahaan harus menentukan strategi yang tepat agar bisa tetap bertahan dan dapat memenuhi tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan berupa laba yang maksimal dengan meningkatkan volume penjualan.

McCarthy dan Perreault (1995: 213) mengungkapkan bahwa, banyak manajer yang menyadari bahwa mereka harus menetapkan harga dengan mengevaluasi pengaruh keputusan-keputusan harga tidak hanya pada margin laba saja untuk barang tertentu tetapi juga pada permintaan dan pada giliran selanjutnya pada volume penjualan. Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa.

Volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu dan didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik Menurut Kotler (2000). Volume penjualan memiliki arti penting yaitu besarnya kegiatan-kegiatan yang dilakukan secara efektif oleh penjualan untuk mendorong konsumen melakukan pembelian. Dan tujuan dari volume penjualan ini adalah untuk memperkirakan besarnya keuntungan yang diterima dengan menjual produk kepada konsumen serta biaya yang sudah dikeluarkan.

Volume penjualan merupakan hasil total penjualan dan salah satu tugas pokok bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang penyediaan kebutuhan konsumen baik produk berupa barang atau jasa, sehingga perusahaan perlu memperlancar produk yang ditawarkan kepada konsumen. Oleh karena itu volume penjualan merupakan salah satu hal penting yang harus dievaluasi untuk kemungkinan perusahaan agar tidak rugi.

PT. Sinar Galesong Pratama Cabang Gorontalo bergerak pada bidang penjualan motor suzuki dan jasa service di jln. Raja eyato No. 14A Kelurahan Biawao Kec. Kota selatan, dimana dalam kegiatan sehari-harinya menjual motor suzuki dan melayani konsumen dalam jasa service.

Ditinjau dari total penjualan cash dan kredit kendaraan roda dua jenis motor suzuki pada tabel 1.1 selama tahun 2011 sampai tahun 2013 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Penjualan Motor di PT. Sinar Galesong Cabang Gorontalo

TAHUN	JUMLAH KONSUMEN		
	CASH	KREDIT	TOTAL
2011	601	3.331	3.932
2012	361	2.030	2.391
2013	221	1.138	1.359
JUMLAH	1.183	6.499	7.682

Sumber: PT. Sinar Galesong Cabang Gorontalo 2014

Dari tabel tersebut Fenomena yang terjadi pada PT. Sinar Galesong Pratama dapat dilihat bahwa penjualan produk motor Suzuki belum mencapai target karena terjadi naik turunnya penjualan sepeda motor susuki dalam 2 tahun terakhir dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2013. Harga jual motor suzuki makin lama makin meningkat dan permintaan sepeda motor Suzuki meningkat jika mendapat potongan harga tertentu yang menawarkan angsuran ringan.

Kristanto (2011: 200) mengungkapkan bahwa Dari sudut pandang pemasaran, minimal ada 3 (tiga) peran fungsi utama harga yaitu: turut menentukan volume penjualan, dengan mengacu pada kurva penawaran dan permintaan (supply and demand) kita mengetahui bahwa harga berbanding terbalik dengan volume penjualan: semakin tinggi harga sebuah produk maka volume penjualan semakin rendah. Turut menentukan besarnya laba, kita ketahui bahwa dasar utama untuk kalkulasi penetapan harga jual sebuah produk adalah biaya plus laba (cost plus) atau dengan kata lain laba sebuah produk ditentukan oleh

harga jual per unit dikurangi dengan biaya-biaya atau harga pokok penjualan (cost of goods sold). Pada tingkat harga pokok penjualan tertentu, semakin tinggi harga jual semakin tinggi laba yang diperoleh dan sebaliknya. Turut menentukan citra produk, salah satu unsur yang membentuk citra sebuah produk adalah persepsi mengenai kualitas produk, dan persepsi mengenai kualitas sebuah produk ditentukan antara lain oleh harga jual produk: artinya, semakin mahal harga sebuah produk maka persepsi konsumen mengenai kualitas produk tersebut semakin tinggi dan sebaliknya.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul : *Pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan motor suzuki pada PT. Sinar Galesong Pratama Cabang Gorontalo.*

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka permasalahan-permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah:

1. Tingkat penjualan sepeda motor Suzuki selama dua tahun terakhir tidak labil mengalami naik turunnya penjualan.
2. Permintaan motor Suzuki meningkat jika mendapat potongan harga tertentu yang menawarkan angsuran ringan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada identifikasi masalah diatas dapat rumuskan masalah sebagai berikut: Seberapa besar pengaruh harga terhadap volume penjualan pada PT Sinar Galesong Pratama Cabang Gorontalo.

1.4 Tujuan penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga Terhadap Volume Penjualan pada PT. Sinar Galesong Pratama Cabang Gorontalo.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan serta pengetahuan bagi peneliti tentang pengaruh harga pada volume penjualan dalam pencapaian tujuan perusahaan. Lebih lanjut memberikan tambahan informasi bagi siapa saja membacanya dan dapat dipergunakan atau dijadikan referensi bagi peneliti-peneliti berikutnya.

1.5.2 Penelitian praktisi

1. Bagi Pengembangan ilmu pengetahuan, dapat di jadikan referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan manajemen pemasaran.
2. Bagi lembaga, sebagai bahan informasi untuk menambah kepustakaan di bidang manajemen perusahaan berdasarkan penerapan dalam perusahaan.

