

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan media informasi saat ini tumbuh dengan pesat, sehingga mengarah pada gejala persaingan yang sangat kuat di antara perusahaan-perusahaan, hal ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya perusahaan media informasi baik yang berbentuk visual maupun audiovisual. Contoh perusahaan media informasi yang berbentuk visual seperti koran dan majalah sedangkan yang berbentuk audiovisual seperti radio, televisi dan internet. Setiap perusahaan media informasi memiliki visi, misi, karakteristik serta pangsa pasar yang berbeda-beda dan semakin ketatnya persaingan yang terjadi diantara perusahaan tersebut, menuntut perusahaan untuk selalu meningkatkan kualitas.

Untuk dapat bertahan ataupun berhasil dalam persaingan tersebut, perlu dilakukan kegiatan yang membentuk image dibenak konsumen agar konsumen mempunyai bayangan positif mengenai produk tersebut. Redaksi surat kabar merupakan industri yang kompleks karena aktivitasnya meliputi pemberian jasa dan perdagangan. Hal tersebut dapat dilihat dengan jelas pada kegiatan pemasangan iklan disurat kabar. Meskipun daya tarik utama dari suatu perusahaan surat kabar terletak pada isi berita, namun perusahaan harus tetap mempromosikan produk yang ditawarkan agar masyarakat lebih tertarik dengan produk perusahaan dibandingkan

dengan perusahaan lain. Agar konsumen dan pelanggan yakin bahwa informasi yang diberikan lebih unggul dari perusahaan koran lainnya, PT. Gorontalo Cemerlang melakukan beberapa kegiatan promosi yang salah satunya adalah promosi penjualan. Pada dasarnya semua kegiatan promosi penjualan memerlukan biaya, dalam hal ini disebut biaya promosi, biaya promosi merupakan bagian dari anggaran yang dikeluarkan untuk biaya pemasaran. Untuk melakukan kegiatan Promosi yang efektif dan efisien perusahaan perlu mengadakan perencanaan dan pengendalian biaya promosi yang tepat agar dengan biaya yang telah dikeluarkan diharapkan dapat meningkatkan pendapatan penjualan. Sebagai alat pengendaliannya dapat digunakan anggaran biaya promosi dan untuk itu yang perlu menjadi perhatian utama adalah bagaimana proses penyusunan anggaran biaya promosi tersebut.

Promosi penjualan yang dilakukan di PT. Gorontalo Cemerlang terbilang cukup efektif, hal tersebut dilihat dari peningkatan jumlah pendapatan selama beberapa tahun terakhir. Seperti ditunjukkan dengan Tabel 1 berikut:

Tabel 1: Peningkatan Pendapatan

Tahun	Pendapatan (dalam juta Rupiah)	Selisih %	Biaya Promosi (dalam juta Rupiah)	Selisih %
2011	7.056	-	35	-
2012	7.318	3,58	80	43,75
2013	8.766	16,5	180	44,45

Sumber: Laporan Keuangan PT. Gorontalo Cemerlang, 2014

Menurut (Arkanty, 2005) dari hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya promosi yang memadai akan meningkatkan penjualan. Kemudian penelitian menurut (Mulyati, 2006) dan (Sulasmi, 2007) dari hasil penelitian menunjukkan bahwa anggaran biaya promosi sebagai alat pengendalian biaya kegiatan promosi yang memadai mempunyai peranan dalam meningkatkan volume penjualan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan (Arkanty; 2005, Mulyati; 2006 dan Sulasmi; 2007) kemudian dilihat dari fenomena yang terjadi pada PT. Gorontalo Cemerlang maka ada kemungkinan naiknya pendapatan disebabkan oleh adanya perananan penyusunan anggaran biaya promosi dengan demikian saya tertarik untuk mengambil penelitian: “Pengaruh Penyusunan Anggaran Biaya Promosi terhadap Peningkatan Pendapatan di PT. Gorontalo Cemerlang”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti mencoba mengidentifikasi masalah yakni sebagai berikut.

1. Peran Anggaran Biaya Promosi sebagai Alat pengendalian manajemen.
2. Pengaruh Penyusunan Anggaran Biaya Promosi terhadap Peningkatan Pendapatan di PT. Gorontalo Cemerlang.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan Identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah penyusunan anggaran biaya promosi berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan pada PT. Gorontalo Cemerlang?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah Untuk menguji pengaruh penyusunan anggaran biaya promosi terhadap peningkatan pendapatan pada PT. Gorontalo Cemerlang.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberi masukan terhadap masalah yang dihadapi oleh perusahaan serta dapat dijadikan dasar dan referensi penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh penyusunan anggaran biaya promosi terhadap pendapatan disebuah redaksi surat kabar.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini secara praktis diharapkan dapat memberikan masukan dan pertimbangan bagi PT. Gorontalo Cemerlang dalam hal menerapkan anggaran biaya promosi dan peningkatan pendapatan.