

**PENGARUH VARIABEL PRODUK, HARGA JUAL, PROMOSI
DAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA
BATIK TULIS TRADISIONAL WIDYA KUSUMA
DI KABUPATEN SRAGEN**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

Handi Sutanto
B. 100 040 372

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2009**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perubahan perekonomian di Indonesia tidak terlepas dari pembangunan pada sektor industri dengan perdagangan yang mengakibatkan banyak munculnya badan usaha, dan akibatnya lebih lanjut adalah semakin ketatnya persaingan antar pengusaha. Dalam dunia usaha masalah pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting, sehingga untuk merealisasikan tujuan tersebut diperlukan konsep pemasaran yang tepat dan terpadu. Hal ini penting mengingat sekarang ini kekuatan pasar ada di tangan pembeli. Dengan demikian produsen harus aktif mencari pembeli atau pelanggan agar tidak tersisih dari pasar.

Dalam suatu pembelian ada dua faktor penting yang mempengaruhi keputusan membeli yaitu faktor eksternal atau lingkungan sosial, dimana pemasar tidak bisa mengendalikannya, dan yang kedua faktor internal yang meliputi harga, produk, promosi dan distribusi, faktor ini pemasar dapat mengendalikannya (James F Engel, 1995). Dari faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan pembelian ini kebanyakan konsumen lebih suka mencari pendapat dan opini dari orang lain untuk mengurangi usaha pencarian dan evaluasi ketidakpastian, terutama ketika resiko diperkirakan atas keputusan pembelian. Sedangkan dalam pencarian pendapat dan opini ini konsumen berinteraksi sosial dengan kelompok yang memberikan pengaruh

padanya, kelompok tersebut berupa; kelompok acuan (*reference groups*), pimpinan opini (*opinion leader*), dan keluarga yang sangat berpengaruh dalam pengambilan keputusan membeli karena pengaruh keluarga bisa mempengaruhi nilai, sikap, konsep diri, dan perilaku pembelian (Henry Assael; 1992).

Salah satu faktor internal yang mempengaruhi pembelian adalah faktor harga, faktor harga inilah yang punya peranan yang sangat kuat dalam keputusan pembelian karena jadi atau tidaknya membeli suatu produk dipengaruhi oleh harga walaupun kadang konsumen membandingkan mana yang lebih penting antara harga dan kualitas. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, untuk menarik konsumen perusahaan tersebut dapat juga menggunakan kebijaksanaan harga, dimana kebijaksanaan harga ini hanya bersifat sementara, oleh sebab itu perusahaan dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan harga dan situasi pasar. Apabila perusahaan melaksanakan kebijaksanaan harga dengan tepat, maka konsumen atau pelanggan akan semakin banyak pula konsumen yang membelanjakan uangnya, akibatnya volume penjualan akan semakin meningkat. Dengan demikian kebijaksanaan harga secara langsung akan mempengaruhi tingkat penjualan. Hal tersebut tentunya tidak terlepas dari unsur-unsur yang mendukungnya, seperti fasilitas yang dimiliki, servis maupun pelayanan yang memadai.

Faktor kedua adalah promosi, promosi adalah suatu kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan, karena promosi hanyalah tak

lebih sebagai upaya pengenalan suatu merek terhadap konsumen, bukan sebagai upaya menciptakan keyakinan dan loyalitas di hati konsumen. Jadi promosi digunakan untuk komunikasi antara perusahaan dengan konsumen. Jenis promosi yang di gunakan biasa berupa iklan, promosi penjualan, *personal selling*, dan lain-lain (Kotler, 1993). Untuk menghadapi persaingan yang semakin tajam dari perusahaan lainnya, maka pelaksanaan promosi bagi suatu perusahaan merupakan suatu hal yang perlu mendapatkan perhatian yang serius, karena suatu perusahaan akan dikenal oleh suatu masyarakat apabila perusahaan menggunakan saluran promosi khususnya promosi penjualan. Dengan menghadapi persaingan yang semakin tajam dari perusahaan lainnya, maka pelaksanaan promosi bagi suatu perusahaan merupakan suatu hal yang perlu mendapatkan perhatian yang serius, karena suatu perusahaan akan dikenal oleh suatu masyarakat apabila perusahaan menggunakan saluran promosi khususnya promosi penjualan. Dengan dikenalnya perusahaan tersebut, diharapkan masyarakat akan menggunakan produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Apabila banyak masyarakat yang menggunakan produk atau jasa perusahaan, maka akan meningkatkan volume penjualan.

Faktor internal ketiga adalah distribusi, faktor distribusi merupakan faktor yang penting karena dengan faktor distribusi inilah konsumen bisa mendapatkan produk yang diinginkan atau yang diharapkan. Setelah pembuatan produk, kemudian harga yang sudah ditetapkan dan di perkenalkan kepada konsumen atau di promosikan oleh perusahaan maka di perlukan

pendistribusian yang baik agar produk yang di buat oleh perusahaan tersebut bisa sampai kepada konsumen. Sedangkan faktor keempat adalah produk, faktor produk merupakan faktor yang penting juga karena dengan kualitas produk yang baik, variasi produk yang banyak akan semakin menarik konsumen untuk melakukan pembelian.

Pada perusahaan Batik Tulis Tradisional Widya Kusuma mempunyai kelemahan dibidang pemasaran terutama menyangkut masalah promosi penetapan harga, variasi produk dan distribusi penjualan. Dari adanya kelemahan tersebut dapat mengakibatkan penurunan volume penjualan dan akan menghambat perkembangan usaha.

Adapun tujuan dari perusahaan Batik Tulis Tradisional Widya Kusuma terdiri dari jangka pendek maupun jangka panjang. Dimana yang menjadi masalah bagi perusahaan saat ini khususnya jangka pendek, yaitu adanya penurunan volume penjualan, atau dengan kata lain tidak tercapainya target penjualan yang telah ditetapkan perusahaan, sehingga laba atau keuntungan yang diharapkan tidak tercapai.

Bertolak dari latar belakang masalah tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk memilih judul “PENGARUH VARIABEL PRODUK, HARGA JUAL, PROMOSI DAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA BATIK TULIS TRADISIONAL WIDYA KUSUMA DI KABUPATEN SRAGEN”.

B. Perumusan Masalah

Sehubungan dengan masalah di atas, maka dapat di rumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah produk berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada Batik Tulis Tradisional Widya Kusuma di Dusun Kebaksari Kelurahan Pungsari Kecamatan Plupuh Kabupaten Sragen?
2. Apakah harga jual berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada Batik Tulis Tradisional Widya Kusuma di Dusun Kebaksari Kelurahan Pungsari Kecamatan Plupuh Kabupaten Sragen?
3. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada Batik Tulis Tradisional Widya Kusuma di Dusun Kebaksari Kelurahan Pungsari Kecamatan Plupuh Kabupaten Sragen?
4. Apakah distribusi berpengaruh signifikan signifikan terhadap volume penjualan pada Batik Tulis Tradisional Widya Kusuma di Dusun Kebaksari Kelurahan Pungsari Kecamatan Plupuh Kabupaten Sragen?
5. Variabel manakah yang lebih berpengaruh antara variabel produk, harga jual, promosi dan distribusi terhadap volume penjualan pada Batik Tulis Tradisional Widya Kusuma di Dusun Kebaksari Kelurahan Pungsari Kecamatan Plupuh Kabupaten Sragen?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap volume penjualan pada Batik Tulis Tradisional Widya Kusuma di Dusun Kebaksari Kelurahan Pungsari Kecamatan Plupuh Kabupaten Sragen.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga jual terhadap volume penjualan pada Batik Tulis Tradisional Widya Kusuma di Dusun Kebaksari Kelurahan Pungsari Kecamatan Plupuh Kabupaten Sragen.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap volume penjualan pada Batik Tulis Tradisional Widya Kusuma di Dusun Kebaksari Kelurahan Pungsari Kecamatan Plupuh Kabupaten Sragen.
4. Untuk mengetahui pengaruh distribusi terhadap volume penjualan pada Batik Tulis Tradisional Widya Kusuma di Dusun Kebaksari Kelurahan Pungsari Kecamatan Plupuh Kabupaten Sragen.
5. Untuk mengetahui variabel yang berpengaruh lebih dominan terhadap volume penjualan pada Batik Tulis Tradisional Widya Kusuma di Dusun Kebaksari Kelurahan Pungsari Kecamatan Plupuh Kabupaten Sragen.

D. Manfaat penelitian

1. Bagi perusahaan Batik Tulis Tradisional Widya Kusuma
Memberikan bahan pertimbangan bagi pimpinan dalam mengambil keputusan tentang produk, kebijakan harga jual, promosi dan distribusi kearah aktivitas yang dianggap paling menguntungkan.

2. Bagi peneliti

Untuk penerapan ilmu dan teori yang sudah diperoleh dari bangku kuliah dengan kenyataan dan situasi yang ada dalam perusahaan.

3. Bagi pihak lain

Bagi pihak-pihak lain dapat dijadikan sebagai salah satu sumber acuan untuk kepentingan kegiatan penelitian yang terkait dimasa yang akan datang.

E. Sistematika Skripsi

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab, dan masing-masing bab berisi sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi uraian tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi uraian teori yang melandasi penelitian ini meliputi manajemen pemasaran, konsep pemasaran, marketing mix, harga, promosi

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai kerangka teori, hipotesa, data dan sumber data, analisa data

BAB IV: PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

Pada bab ini akan membahas pelaksanaan dan hasil penelitian dan diuraikan juga tentang objek penelitian meliputi sejarah perkembangan perusahaan, lokasi perusahaan, struktur organisasi, personalia perusahaan, produksi, pemasaran, saluran distribusi, kebijakan promosi, analisis data

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran