

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**



### **1.1 Latar Belakang**

PT Kabelindo Murni Tbk. ("Kabelindo") merupakan salah satu perusahaan produsen kabel listrik dan kabel telekomunikasi tertua di Indonesia. Sejarah Kabelindo dimulai ketika didirikan pada tahun 1972 dengan nama PT Kabel Indonesia ("Kabelindo"), kala itu Kabelindo adalah perusahaan Penanaman Modal Asing (PMA). Kemudian, pada tahun 1979, kepemilikan Kabelindo berubah menjadi Perusahaan Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) dan namanya berubah menjadi PT Kabelindo Murni. (Sumber: [www.kabelindo.co.id](http://www.kabelindo.co.id))



Perkembangan dunia usaha sekarang ini ditandai dengan makin sengitnya persaingan, ditambah lagi dunia sedang dilanda pandemic covid-19, banyak perusahaan yang memutuskan hubungan kerja dengan para karyawan dan banyak juga yang harus gulung tikar karena imbas dari pandemic covid 19 ini, seperti sector usaha pariwisata, restoran yang paling berimbas, namun sedikit berbeda dengan sector elektrikal lebih khusus kabel, dimana terjadi persaingan harga yang sangat ketat, Hal ini ditandai dengan munculnya perusahaan yang menawarkan jenis produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing serta promosi yang menggiurkan, hal tersebut membuat konsumen PT. Kabelindo Murni Tbk yang notabene adalah perusahaan-perusahaan besar, kontraktor dan BUMN sedikit memperhatikan harga dan promosi yang di berikan kabelindo terasa kurang cukup untuk memberikan konsumen kabelindo harga yang kompetitif dan promosi yang baik, maka dari itu untuk menghadapi ketatnya persaingan dalam dunia per kabel an. maka salah satu strategi perusahaan adalah dengan memberikan harga yang mampu bersaing dan promosi yang menggiurkan dengan harapan para konsumen tetap puas dan tetap memakai produk kabelindo dan tidak pindah ke produk kompetitor lainnya dengan harapan penjualan kabel akan terus meningkat, Mengingat ketatnya persaingan di dunia perkabelan maka dari itu perusahaan berkomitmen untuk terus melakukan perbaikan dan peningkatan promosi-promosi ke konsumen maupun calon konsumen untuk membangun kerja sama jangka panjang.

Berikut dibawah ini tipe kabel dan harga dari PT. Kabelindo Murni Tbk:

**Table 1.1 Tipe kabel dan harga PT. Kabelindo Murni Tbk**

No	Kategori Kabel	Foto Kabel	Kabel Kabelindo	Harga
1	Low Voltage		NYY 1 x 300 MM	Rp.581.000
2	Building Wire		NYM 3 x 2,5 MM	Rp. 18.200

Berikut dibawah ini tipe kabel dan harga dari salah satu kompetitor PT. Kabelindo Murni Tbk yaitu PT. Voksel Electric Tbk :

No	Kategori Kabel	Foto Kabel	Kabel Voksel	Harga
1	Low Voltage		NYY 1 x 300 MM	Rp.578.000
2	Building Wire		NYM 3 x 2,5 MM	Rp.17.500

**Table 1.2 Tipe kabel dan harga PT. Voksel Electric Tbk**

Sumber: PT. Kabelindo Murni Tbk

Harga merupakan unsur penting dalam pemasaran, tidak hanya harga, promosi pun unsur penting dalam pemasaran. Promosi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan

menginformasikan, membujuk, mempengaruhi calon konsumen untuk membeli produk perusahaan.

Berkaitan dengan pentingnya masalah harga dan promosi, jika dilihat dari data gambar 1.1 dan 1.2 harga kabel PT. Kabelindo masih diatas kabel Voksel, hal tersebut terbilang wajar karena untuk kelas nya berbeda, kabel Kabelindo masih diatas Voksel untuk didunia perkabelan, namun di zaman sekarang konsumen baru tidak mengerti kualitas mereka hanya mementingkan harga, maka perlu untuk di perhatikan oleh perusahaan PT. Kabelindo Murni Tbk untuk harus terus berinovasi.

Maka dari itu PT. Kabelindo Murni Tbk memberikan berbagai promosi utuk costumernya berikut promosi-promosi yang diberikan PT. Kabelindo Murni Tbk:

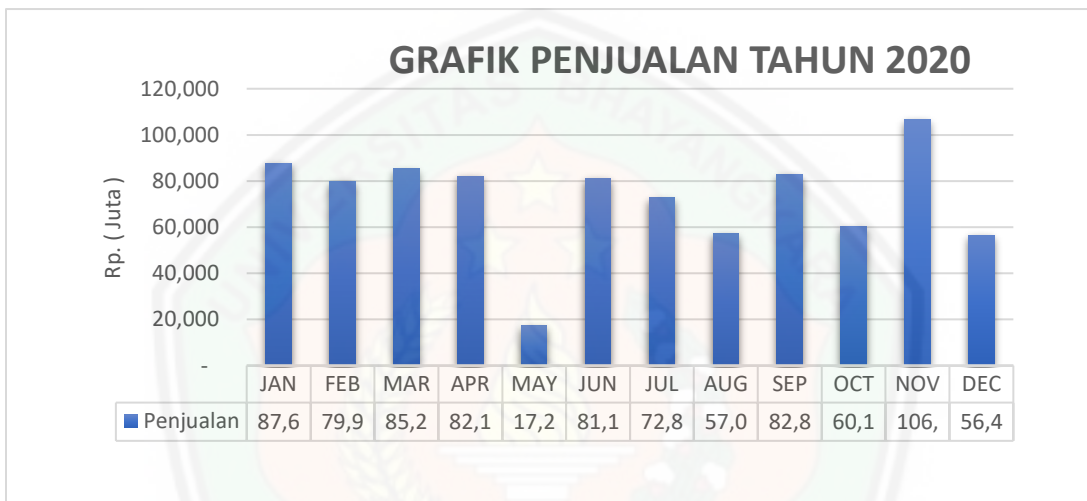
**Table 1.3 Promosi-promosi untuk costumer PT. Kabelindo Murni Tbk.**

No	Promosi	Keterangan
1	Personal Selling	Melakukan Visit/ kunjungan ke konsumen dengan tujuan memperkenalkan produk agar mau memakai produk kabelindo, bisa dengan memberikan catalogue dan souvenir pada saat kunjungan.
2	Mass Selling	Melakukan edukasi dan penyampaian informasi ke konsumen luas melalui social media contoh (Instagram).
3	Sales Promotion	Untuk konsumen yang membeli produk kabelindo dengan pembayaran Cash akan dapat Fee dengan jumlah nominal perhitungan dari manajemen perusahaan.

Walaupun 3 besar di dunia perkabelan di Indonesia namun tidak membuat PT. Kabelindo Murni Tbk berpuas diri , apalagi sekarang perusahaan kabel banyak bermunculan yang membuat persaingan semakin ketat. Maka oleh itu perlu dilakukan evaluasi harga dan promosi agar penjualan kembali meningkat.

Untuk lebih jelasnya berikut ini disajikan data penjualan di PT. Kabelindo Murni Tbk di tahun 2020.

**Table 1.4 Data penjualan kabel 2020 PT Kabelindo Murni,Tbk**



Sumber : PT. Kabelindo Murni Tbk

Berdasarkan data grafik penjualan pada PT. Kabelindo Murni Tbk, penjualan mengalami kenaikan dan penurunan, dimana pada bulan Mei penjualan turun sangat drastis, penjualan hanya menyentuh angka dibawah 20 milyar, yang dikarenakan oleh banyak nya libur karena konsumen banyak yang work from home karena pada bulan Mei virus covid 19 sedang ganas-ganas nya, sedangkan di bulan November mengalami kenaikan yang sangat drastis dikarenakan sudah mulai banyak kantor-kantor konsumen yang buka kembali dan juga karena harga dan promosi di PT.Kabelindo Murni Tbk dalam trend bagus. Namun pandemi covid 19 bukan semata-mata yang menjadi alasan naik turun nya penjualan di PT. Kabelindo Murni Tbk, harga dan promosi pun sangat berperan dalam menentukan tingkat penjualan. Oleh karena itu maka perusahaan berniat untuk meninjau kembali mengenai masalah harga dan biaya promosi, hal ini bertujuan untuk

meningkatkan penjualan kabel pada perusahaan PT. Kabelindo Murni Tbk.

Dalam kaitannya dari uraian diatas, maka hal inilah yang membuat penulis untuk membahas hal ini lebih jauh dengan memilih judul :

**“ PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN KABEL DI PT. KABELINDO MURNI TBK PADA MASA PANDEMI COVID 19 “.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, dan setelah melakukan observasi pada PT. Kabelindo Murni Tbk, maka rumusan masalah yang di hadapi adalah :

- 1) Apakah Harga Mempengaruhi Volume Penjualan Kabel di PT. Kabelindo Murni Tbk?
- 2) Apakah Promosi Mempengaruhi Volume Penjualan Kabel di PT. Kabelindo Murni Tbk?
- 3) Apakah Harga dan Promosi Secara Bersama-sama Mempengaruhi Volume Penjualan Kabel di PT. Kabelindo Murni Tbk?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap volume penjualan di PT. Kabelindo Murni Tbk
- 2) Untuk mengetahui promosi berpengaruh terhadap volume penjualan di PT. Kabelindo Murni Tbk
- 3) Untuk mengetahui harga dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap volume penjualan kabel di PT. Kabelindo Murni Tbk

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut

1) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi/kajian untuk pemimpin perusahaan untuk lebih memperhatikan lagi pengaruh harga dan promosi untuk meningkatkan volume penjualan kabel .

2) Bagi Peneliti

Diharapkan dengan melakukan penelitian ini diharapkan memberikan pengalaman bagi peneliti khususnya untuk masalah harga dan promosi terhadap peningkatan volume penjualan kabel.

3) Bagi Universitas

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat untuk menambah referensi perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sebagai sarana untuk menggali ilmu pengetahuan, khususnya mengenai strategi pemasaran.

#### **1.5 Batasan Penelitian**

Agar didapatkan arah yang lebih jelas bagi peneliti dalam membahas permasalahan, maka masalah diberikan batasan sebagai berikut :

- 1) Penelitian hanya dilakukan oleh konsumen yang menggunakan produk kabelindo
- 2) Responden yang mewakili adalah konsumen yang menggunakan produk kabelindo

#### **1.6 Sistematika Penulisan**

Secara keseluruhan penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

## **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan.

## **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tinjauan tentang teori yang mendeskripsikan pengertian Harga, Promosi dan Hipotesis.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang pengumpulan data, tempat dan waktu penelitian, metode penelitian serta teknik analisis data.

## **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi uraian tentang deskripsi analisis data, pembahasan dan implementasi hasil penelitian sehingga dapat diketahui hasil analisis yang diteliti.

## **BAB V : PENUTUP**

Berisi uraian tentang kesimpulan dari penelitian dan saran yang perlu disampaikan kepada para pihak yang berkepentingan didalam hasil penelitian.