

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sehubungan semakin pesatnya pertumbuhan pembangunan di Jakarta terutama apartemen dan pusat perkantoran bisnis sehingga mempengaruhi pertumbuhan penjualan pipa, untuk saluran air bersih maupun saluran air kotor.

Penjualan produk pipa dari tahun 2003 sampai dengan tahun 2009 sekitar 10%. Adapun pertumbuhan yang mencapai puncaknya yakni pada tahun 2010 sampai dengan tahun 2012 dengan persentasenya mencapai 20%. Melihat pertumbuhan itu didukung oleh faktor pembangunan yang berkembang pesat ditambah perekonomian domestik saat itu masih stabil. Permintaan produk pipa bisa meningkat apabila kebutuhan untuk rumah, gedung, pusat perbelanjaan, tempat wisata dan perhotelan yang turut meningkat. Dari fluktuasi pertumbuhan sektor properti akan berpengaruh pada pertumbuhan pada produk pipa ¹.

Target penjualan pipa jenis *polyethylene* (PE) pada tahun 2014 naik 20% dari tahun sebelumnya yang hanya 40.000 ton. Kenaikan signifikan ini berdampak pada penjualan pipa yang secara keseluruhan targetnya naik 8% dari tahun lalu mencapai 250.000 ton.

Penjualan pada tahun 2014 sebanyak 235.000 ton, yang disumbang oleh pipa PVC sebesar 195.000 dan PE sebesar 40.000 ton. Pada tahun

¹ Muhammad Khamdi, *Bisnis.com* 29 April 2014.

2014, penjualan PE ditargetkan meningkat signifikan, sedangkan PVC tidak bertumbuh dengan signifikan atau sebesar 2,5%².

PT. Prima Karya Agung importir dan kemitraan dengan pabrikan melalui OEM (*Original Equipment Manufacturer*) adalah perusahaan yang membuat produk untuk pihak lain untuk dikemas ulang dan dijual kembali. PT. Prima Karya Agung memasarkan pipa dengan jenis PPR (*Poly Propylene Random*) dengan merk SD (*Stroung Durable*)

Pipa PPR adalah pipa steril dari bahan plastik *Poly Propylene* yang tahan panas dan anti bocor. Sistem penyambungan pipa dan fitting bersenyawa dalam hitungan detik dan sangat kuat tahan hingga 100 tahun.

Standard mutu, spesifikasi pipa dan fitting pipa PPR adalah sebagai berikut :

- a. Pipa PN-10 dan PN-20 standardnya adalah DIN 8077 – 8078 dan ISO 9001: 2000;
- b. Fitting PN-25 standardnya adalah DIN 16962 dan ISO 9001: 2000;
- c. Untuk pipa hanya menggunakan satu jenis fitting yaitu fitting PN-25. Di dalam standard pipa plastik, fitting yang digunakan standardnya harus lebih tinggi dari pipa.

Pipa PPR adalah pipa steril yang akan memberikan beberapa keuntungan, antara lain :

- 1) Tidak berkarat.

² David Eka Issetiabudi, *Bisnis.com* 11 Mei 2014.

- 2) Tidak terjadi pengerakan pada dinding bagian dalam pipa karena dinding bagian dalam pipa sangat licin.
- 3) Memenuhi standard untuk instalasi pemanas air siap minum (*Drinking Water*).
- 4) Bebas biaya perawatan;
- 5) Sistem pengerjaannya sangat mudah, cepat dan membutuhkan waktu hanya sekitar 10% dari waktu yang diperlukan untuk instalasi pipa logam.
- 6) Hasil sambungan pipa dengan fitting adalah senyawa sehingga tidak akan terjadi kebocoran.
- 7) Mempunyai umur minimum 50 tahun.
- 8) Biaya secara keseluruhan akan lebih murah.
- 9) Untuk instalasi pemanas air tidak perlu diisolasi.
- 10) Tahan terhadap tekanan dan temperatur tinggi, tahan benturan terhadap benda keras dan tidak mudah pecah seperti pipa plastik lain.
- 11) Mempunyai daya tahan yang baik terhadap kimia.

Pipa PPR cocok digunakan pada semua jenis proyek untuk instalasi air panas, air bersih, air minum, air chiller / AC, air kimia dan lain - lain.

Dalam penjualan dan pemasaran pipa PT. Prima Karya Agung bekerja sama dengan konsultan perencana dan developer serta kontraktor pembangunan dengan cara mengikuti tender. Untuk pipa PPR di Indonesia dan khususnya di Jakarta banyak sekali merk pipa PPR dipasarkan, diantaranya adalah Wespek, Wavin, Torro, Fusiotherm dan masih banyak

yang lainnya. Dengan banyaknya kompetitor yang ada, maka PT. Prima Karya Agung mengambil strategi pemasaran dengan cara menerapkan *personal selling* dan promosi penjualan guna meningkatkan omzet penjualan, dengan strategi seperti ini bukan PT. Prima Karya Agung saja yang menerapkan, melainkan kompetitor juga memakai dan mengikuti strategi semacam ini dan disinilah gunanya jumlah tenaga pemasaran dibutuhkan untuk mencapai omzet perusahaan.

Pemasaran mempunyai peranan yang penting dalam masyarakat karena pemasaran menyangkut berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang ekonomi dan sosial. Kegiatan pemasaran menyangkut masalah mengalirnya produk dari produsen ke konsumen, maka pemasaran menciptakan lapangan kerja yang penting bagi masyarakat. Dengan demikian pemasaran merupakan sektor yang penting dalam pendapatan masyarakat. Disamping itu perlu disadari bahwa sebagian besar pengeluaran uang masyarakat konsumen mengalir ke kegiatan pemasaran. Beberapa ahli yang telah melakukan penelitian berkesimpulan, hampir sekitar 50 persen pengeluaran uang masyarakat konsumen di Amerika Serikat adalah untuk biaya - biaya pemasaran, termasuk biaya distribusi, biaya promosi, biaya penelitian pasar, biaya pelayanan, dan biaya pengembangan produk ³.

Personal selling merupakan salah satu bagian dari kegiatan bauran promosi dimana bauran promosi itu adalah terdiri dari : periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat (*public relation*), penjualan personal

³ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Raja Grafindo Persada, Jakarta 2013 h. 15.

(*personal selling*), pemasaran langsung (*direct marketing*). Adapun *personal selling* adalah Penjualan personal bentuk komunikasi antar individu dimana tenaga penjual atau wiraniaga menginformasikan, mendidik, dan melakukan persuasi kepada calon pembeli untuk membeli produk atau jasa perusahaan.

Promosi penjualan merupakan aktivitas pemasaran yang mengusulkan nilai tambah dari suatu produk (untuk mendapatkan lebih dari sekedar yang ada dari nilai produk) dalam jangka waktu tertentu dalam rangka mendorong pembelian konsumen, efektifitas penjualan (*sales forch*)⁴.

Omzet penjualan dalam hal ini merupakan pendapatan kotor atau nilai total pendapatan perusahaan yang didapat dalam hitungan harian, mingguan, bulanan dan tahunan.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka terdapat pengaruh *personal selling* dan promosi penjualan terhadap omzet penjualan.

1.3. Batasan Masalah

Penulis membatasi masalah yang diteliti pada pengaruh *personal selling* dan promosi penjualan terhadap omzet penjualan.

⁴ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, Erlangga, Jakarta 2012 h .127.

1.4. Rumusan Masalah

Omzet penjualan dapat dipengaruhi oleh *personal selling* dan promosi penjualan. Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh biaya *personal selling* terhadap omzet penjualan pada PT. Prima Karya Agung ?
2. Apakah terdapat pengaruh biaya promosi penjualan terhadap omzet penjualan pada PT. Prima Karya Agung ?
3. Apakah ada pengaruh biaya *personal selling* dan biaya promosi penjualan terhadap omzet penjualan pada PT. Prima Karya Agung ?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Pengaruh biaya *personal selling* terhadap omzet penjualan pada PT. Prima Karya Agung;
2. Pengaruh biaya promosi penjualan terhadap omzet penjualan pada PT. Prima Karya Agung;
3. Pengaruh biaya *personal selling* dan biaya promosi penjualan terhadap omzet penjualan pada PT. Prima Karya Agung.

1.6. Manfaat Penelitian

Kesimpulan dari penelitian ini adalah deskripsi tentang pengaruh *personal selling* terhadap omzet penjualan pada PT. Prima Karya Agung, maka manfaat penelitian yang ingin dicapai adalah :

1. Bagi Perusahaan

Informasi dari penelitian ini dapat digunakan oleh manajemen PT. Prima Karya Agung untuk menganalisa lebih detail mengenai pengaruh *personal selling* dan promosi penjualan dalam rangka meningkatkan omzet penjualan produk pipa PPR “SD”.

Jika disimpulkan bahwa pengaruh *personal selling* dan promosi penjualan sudah memberikan pengaruh positif terhadap omzet penjualan pipa PPR “SD”, maka kesimpulan penelitian ini dapat menjadi dasar bagi perusahaan untuk meneliti lebih lanjut bila terjadi tidak terpenuhinya target penjualan produk pipa PPR “SD”.

2. Bagi Pihak Lain

Penulis berharap dengan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak lain yang membaca dan ingin menggunakannya baik sebagai bahan perbandingan, bahan pelengkap maupun referensi tambahan untuk bahan pustaka.