

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dibidang perekonomian selama ini telah banyak membawa akibat yang cukup pesat dalam dunia usaha, sehubungan dengan itu banyak perusahaan baru berdiri dan kembalinya perusahaan yang direhabilitasi, maka berakibat timbulnya persaingan yang ketat diantara perusahaan-perusahaan tersebut. Baik itu persaingan antar perusahaan sejenis maupun perusahaan tidak sejenis. Salah satunya perusahaan manufaktur yang didalamnya terjadi proses industri untuk mengolah bahan mentah menjadi bahan jadi yang siap dijual dengan mengaplikasikan mesin, peralatan dan tenaga kerja, yang mendukung proses terciptanya manufaktur yaitu: fungsi, proses dan material. Tetapi hal itu tidak akan berjalan dengan baik apabila sebuah perusahaan tidak memiliki sebuah inovasi atau terobosan untuk lebih kritis terhadap perubahan yang ada, baik politik, sosial budaya.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat mencapai sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang yang diinginkan konsumen. Dari berbagai jenis aktifitas atau kegiatan yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat diluar sana, tentunya sesama manusia memiliki kebutuhan dan perlengkapan khusus untuk menjalankan rutinitas sehari-hari, seperti di kantor, di Sekolah, Kampus, *Fitness Center* dan tempat umum lainnya. Dalam menjalankan rutinitas sehari-hari maka akan lebih nyaman dan percaya diri apabila penampilan ikut menunjang, seperti berpakaian rapih dan tentunya dilengkapi dengan memakai kaos kaki saat beraktifitas.

Industri kaos kaki saat ini yang sangat berkembang dengan inovasi produk yang dilakukan oleh perusahaan PT Ricky Putra Globalindo salah satunya adalah Kaos kaki *Gtman*, berbagai macam kaos kaki yang diproduksi yaitu: *Student*

Sockladies/children, Sport, Casual, Business Sock. Segmentasi untuk produk kaos kaki tidak terbatas usia. Desain yang beragam mulai dari yang polos, motif hingga kombinasi warna yang sangat menarik.

Kaos kaki *Gtman* memiliki keunggulan dalam kualitas bahan produknya. Bahan kaos kaki terbuat dari bahan *cotton* dan *spandex* serat *sintetik* yang memiliki *elastisitas*. Kekuatan dan ketahananya *elastisitas* dengan tarikan. Keistimewahan bahan *spandex* tahan terhadap keringat, cahaya matahari dan minyak. Khusus untuk kaos kaki sport menggunakan bahan 50%*katun*, 20% *nilon*, 10%*spandex lycra*, dan 20%*elastik* sehingga sangat lentur dan nyaman untuk digunaka. Bahan baku Kaos kaki *Gtman* dipasok oleh PT Mitra dan mempunyai Anak perusahaan PT. Taitat Putra dan PT. Ricky Gunze sebagai perusahaan yang memproduksi dari bahan mentah menjadi bahan Jadi. Sistem produksi Kaos kaki *Gtman* menggunakan sistem *Teknologi* yang sangat canggih, sehingga produk yang dihasilkan sangat berkualitas tinggi. Untuk penetapan harga kaos kaki tersebut sangat terjangkau dibanding *kompetitor* utamanya, kaos kaki *Gtman* lebih murah tetapi tidak murahan.

Tabel 1.1 Nama Perusahaan Kaos Kaki Yang Menjadi Mitra di Carrefour

No	Nama Perusahaan	Brand	Harga kaos kaki Casual	Harga kaos kaki Sport	Harga kaos kaki Sneaker
1.	PT.Ricky Putra Globalindo	Gtman	Rp29.900	Rp34.900	Rp34.900
2.	PT.Multi Megah Mandiri	Mundo	Rp33.900	Rp42.900	Rp31.900
3.	PT Orso	Orso	Rp34.900	Rp34.900	Rp34.900
4.	Private Label Carrefour	Tex	Rp29.900	Rp31.900	Rp34.900
5	PT. Kapasindo Prima	Ideal	Rp31.900	Rp33.900	Rp31.900

Sumber: Carrefour Duta Merlin

Dari tabel diatas maka dengan banyak perusahaan kaos kaki yang masuk di perusahaan *retail* salah satunya di Carrefour menyebabkan persaingan yang sangat ketat dalam menarik perhatian dan minat konsumen. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan Ricky Putra Globalindo untuk dapat bersaing dan menarik perhatian calon konsumen dari berbagai golongan masyarakat untuk memilih produknya. Banyaknya *kompetitor* di Carrefour Duta Merlin dengan harga dan promosi yang bervariasi, produk kaos kaki *Gtman* harus lebih *kompetitif* untuk terus bersaing di pasaran. Dengan penetapan harga yang tepat dan promosi yang lebih menarik maka kaos kaki *gtman* dapat lebih menarik niat konsumen untuk meningkatkan volume penjualan. Keberadaan Carrefour Duta Merlin Jakarta Pusat, dengan lingkungan yang dikelilingi perkantoran konsumen khususnya karyawan kantoran yang dimana kaos kaki adalah salah satu perlengkapan yang sangat diperlukan untuk rutinitas kantor, maka hal utama untuk menarik minat beli kaos kaki khususnya konsumen dari kalangan pekerja maka hal-hal yang menarik dan unik sangat berpengaruh terhadap volume penjualan. Maka dari itu perusahaan Ricky Putra Globalindo harus lebih jeli lagi dalam memasarkan dan penempatan harga dan promosi di lokasi yang bakal menjadi lahan untuk meningkatkan volume penjualan.

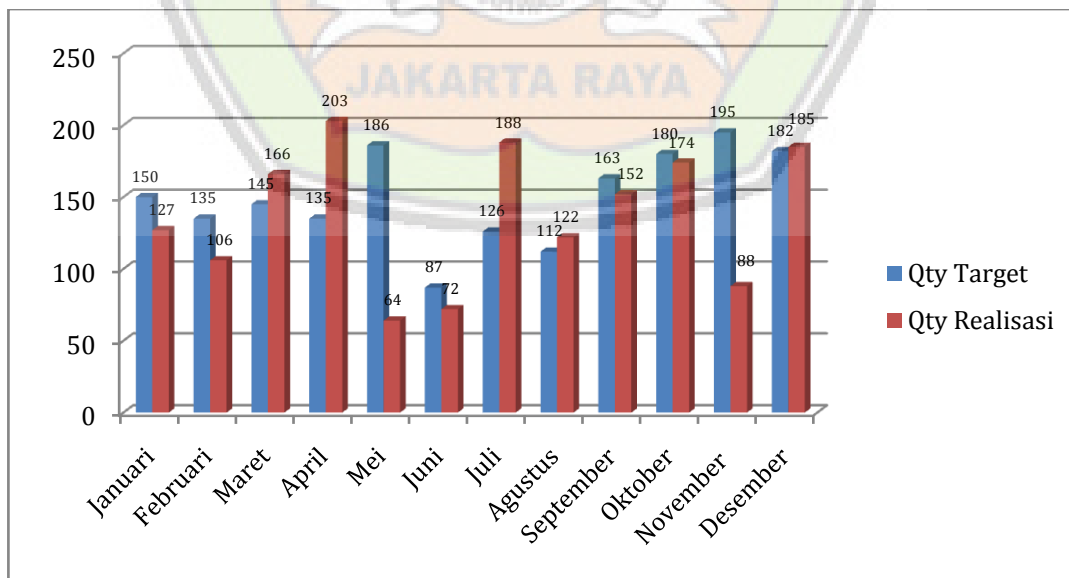
Dari sekian banyak modern market di daerah Jakarta, Penulis tertarik untuk melakukan penelitian kaos kaki *Gtman* di Carrefour Duta Merlin yang berada di Jalan Gajah Mada No. 3-5, Petojo Utara, Gambir, RT.2/RW.8, Jakarta Pusat. Berdasarkan hasil penjualan dari satu tahun kebelakang yaitu tahun 2017 penjualan Kaos kaki *Gtman* di Carrefour Duta Melin mengalami pasang surut dan ketidak setabilan di setiap bulannya. Dengan promosi yang selama satu tahun yang diadakan di Carrefour Duta Merlin, dapat dilihat data penjualan kaos kaki *Gtman* di Carefour Duta Merlin selama tahun 2017 sebagai berikut.:

Tabel 1.2 Data volume Penjualan Kaos kaki Gtman pada tahun 2017

Bulan	Target 2017		Realisasi 2017		Keterangan
	Qty	Value (Rp)	Qty	Value (Rp)	Promosi
Januari	150	10,569,900	127	8,759,000	Normal
Februari	135	9,585,000	106	7,895,288	Instor promo
Maret	145	10,050,000	166	11,250,238	Katalog 10%
April	135	9,585,000	203	15,552,280	Instor promo
Mei	186	12,985,900	64	4,659,000	Buy 2 get 1
Juni	87	6,358,890	72	5,108,980	Normal
Juli	126	8,809,500	188	13,038,000	Katalog 10%
Agustus	112	8,150,000	122	8,735,000	Normal
September	163	11,005,000	152	10,986,080	Normal
Oktober	180	12,750,000	174	12,550,000	Instor promo
November	195	13,980,550	88	6,405,900	Buy 1 get 1
Desember	182	12,900,000	185	12,980,890	Katalog 10%
Total	1,796	126,729,740	1,647	117,920,656	

Suber Data: PT Ricky Putra Globalindo

Volume Penjualan kaos kaki Gtman



Gambar 1.1 grafik penjualan kaos kaki Gtman

Berdasarkan tabel 1.2 dan gambar 1.1 dapat ditarik kesimpulan bahwa, Gtman kaos kaki menghasilkan penjualan dalam setiap bulannya *bervariasi*. Terdapat grafik yang naik turun dimana target yang terealisasi hanya tercapai sebanyak 5 (lima) Bulan yaitu tercapai target pada bulan Maret, April, Juli, Agustus, dan desember. Dimana volume penjualan tertinggi terdapat pada bulan maret dan april dimana dibulan tersebut kaos kaki Gtman mengadakan acara promosi.Yaitu promosi katalog dan instor promo.Tetapi pada bulan September volume penjualanya menurun dan paling rendah dibanding bulan-bulan sebelumnya dikarenakan dibulan september tidak ada acara promosi dan efek dari pencapaian bulan sebelumnya dimana Juli dan Agustus yang mencapai target.

Perusahaan Ricky Putra Globalindo hanya mengadakan acara promosi dengan mengadakan potongan harga dimedia cetak *catalog* Careefour. Dengan keterbatasan *budget* promosi maka perusahaan harus lebih jeli lagi untuk mengadakan promosi. Salah satu cara yaitu perusahaan harus memperluas pasar untuk mendapatkan tempat di hati konsumen, karena konsumen merupakan sebagai tolak ukur keberhasilan perusahaan, bagi seorang pemasar harus dapat mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen, pemasar harus bisa menyusun strategi untuk dapat memuaskan kebutuhan konsumen, dimana kebutuhan konsumen akan bergerak dinamis sesuai dengan perkembangan zaman, sehingga para pemasar harus peka membaca setiap perubahan selera konsumennya.

Penetapan harga juga sangat menentukan tingkat laba dan volume penjualan sehingga membantu perkembangan perusahaan. Dalam kenyataan tingkat harga terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor yang antara lain meliputi kondisi perekonomian, penawaran dan permintaan, elastisitas permintaan, biaya, tujuanmanajer, persaingan permintaan, elastisitas permintaan, biaya, tujuan manajer, persaingan. Harga suatu barang merupakan penentu bagi permintaan pasar. Oleh karena itu, harga dapat dipengaruhi oleh luasnya pangsa pasar atau besarnya volume penjualan dari produk yang dihasilkannya. Bagi suatu perusahaan harga tersebut merupakan pendapatan bersih dan juga merupakan keuntungan bersih. Dari beberapa kali pengamatan penulis melihat bahwa dari sekian konsumen yang membeli prodak

kaos kaki Harga dan Promosi adalah faktor yang lebih dominan untuk meningkatkan volume penjualan.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan maka penulis merasa tertarik untuk mengangkat permasalahan dalam penelitian Dengan judul:

“PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN KAOS KAKI GTMAN. DI CARREFOUR DUTA MERLIN JAKARTA PUSAT”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga memiliki pengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan kaos kaki *Gtman* di Carrefour Duta Merlin.?
2. Apakah Promosi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan kaos kaki *Gtman* di Carrefour Duta Merlin.?
3. Apakah harga dan promosi memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap volume penjualan kaos kaki *Gtman* di Carrefour Duta Merlin.?

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah harga memiliki pengaruh signifikan terhadap volume penjualan produk kaos kaki *Gtman*.
2. Untuk mengetahui apakah promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap volume penjualan produk kaos kaki *Gtman*
3. Untuk mengetahui apakah harga dan promosi memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap volume penjualan kaos kaki *Gtman*

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Universitas

Dapat dijadikan bahan pertimbangan dan referensi bagi peneliti selanjutnya, serta bisa dijadikan bahan materi kuliah apabila diperlukan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan informasi bagi perusahaan tentang faktor-faktor seperti harga dan Promos yang mempengaruhi volume penjualan, sehingga dapat diimplementasikan dalam menentukan strategi yang harus ditetapkan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan.

3. Bagi penulis

Diharapkan dapat memperoleh kajian ilmu pengetahuan yang telah didapat selama perkuliahan. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang konsep pemasaran. Khususnya penerapan harga dan promosi yang diterapkan dalam perusahaan.

1.5 Batasan Masalah

Terdapat banyak permasalahan yang dapat diangkat kepermukaan, akan tetapi penulis harus lebih terperinci dan jelas agar pemecahan masalahnya lebih terarah dan berhasil. Tulisan ini hanya dibatasi oleh masalah analisa harga dan promosi terhadap volume penjualan kaos kaki Gtman di Carrefour Duta Merlin Jakarta Pusat.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dimaksudkan agar mempermudah pembaca dalam memahami isi dari penelitian ini, maka penulis disusun oleh penelitian sebagai berikut

BAB I :PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah yang menjadi dasar pemikiran atau latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang landasan teori penunjang penelitian, penelitian terdahulu yang sejenis, kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis penelitian.

BAB III :METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sample, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, kerangka konseptual serta metode analisis yang digunakan dalam menganalisis data yang diperoleh.

BAB IV :HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang profil organisasi/perusahaan, hasil analisis data pembahasan, dan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini diuraikan tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran-saran untuk pihak terkait.

