

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Sebuah perusahaan sangat perlu menentukan strategi-strategi untuk mampu/dapat menjual atau melakukan produk atau jasa yang dihasilkan. Perusahaan yang didirikan berorientasi pada laba maka sektor penjualan ialah salah satu yang dijadikan kegiatan utama untuk bisa mencapai keuntungan maksimal. Laba yang maksimal tersebut merupakan salah satu tujuan dari berjalannya kegiatan tersebut. Tujuan yang ditetapkan ini digunakan sebagai alat ukur untuk melihat berhasil atau gagalnya kegiatan atau usaha yang telah dilakukan. Perencanaan atau pengelolaan perusahaan yang tertata atau kurang baik dapat membuat rugi perusahaan dikarenakan berimbas ke pendapatan keuntungan/laba dan berkurangnya pendapatan, keuntungan/laba itu ialah cerminan dari usaha perusahaan berhasil atau tidak dalam memberikan rasa puas pada pembeli/konsumen. Agar mampu memberikan rasa puas tersebut maka pihak perusahaan memproduksi atau menyediakan barang dagang dan jasa dengan keadaan barang atau kualitas yang terbaik dengan harga perolehan yang terjangkau atau layak.

Penjualan barang dagang dapat dikatakan sukses kalau perusahaan mampu menjual/memasarkan hasil produksi barang dagang dan jasa secara efektif dan efisien. Maka dari itu para pengusaha harus dapat mengelola penjualan dengan sebaik-baiknya dan menentukan strategi yang tepat agar dapat memasarkan/menjual produknya ataupun jasa yang dihasilkan. Penjualan ialah

salah satu cara dari promosi atau pemasaran, promosi ialah merupakan salah satu cara/ bagian dari seluruh sistem pemasaran (Abdullah & Tantri, 2016). Penjualan ialah merupakan kegiatan atau cara yang dapat dilakukan oleh si penjual untuk memasarkan/menjual barang dagang dan jasa dengan harapan/impian penjual tersebut akan mendapatkan laba/keuntungan dari adanya transaksi tersebut, maka penjualan bisa didefinisikan sebagai pengalihan atau pemindahan/memindahkan hak kepemilikan barang dagang atau jasa dari si penjual ke si pembeli. Dalam kegiatan pengelolaan produk barang dagang yang menyangkut tentang perencanaan dan model pengembangannya perlu adanya suatu pedoman/petunjuk atau arahan untuk memperbaharui produk yang tersedia atau ada, menambahkan macam produk baru dan membuat perencanaan tindakan lainnya yang mungkin dapat berpengaruh dalam menentukan produk, menetapkan mengenai harga, manajemen bidang tersebut harus mampu menentukan harga dasar dari produk barang dagang dan jasa tersebut kemudian menentukan kebijakan tentang potongan harga atau pengurangan harga, penambahan biaya ongkos kirim dan hal-hal lainnya.

Indonesia ialah merupakan negara yang jumlah penduduknya terbesar ke-4 di dunia, negara yang berpotensi untuk memasarkan berbagai bentuk/ jenis barang dan jasa. Salah satu sektor dagang yang terus berkembang di Indonesia adalah penjualan barang dagang secara online antar daerah, baik dalam kota maupun luar kota. Di negara Indonesia khususnya Kota Batam menjadi kota yang sangat berpotensi bagi pebisnis untuk mengembangkan usahanya, mengingat mudahnya ekspor-impor barang di Kota Batam tentu saja merupakan peluang

untuk melaksanakan usaha penjualan secara online terutama di bidang fashion, elektronik, barang digital terutama handphone dan lain-lain. Strategi atau cara memasarkan atau menjual yang baik, tepat, efektif dan efisien dapat mendorong atau meningkatkan penjualan agar berguna untuk bagi produsen atau perusahaan dalam hal menguasai pangsa pasar atau target serta meraih keuntungan yang maksimal. Salah satu tindakan yang dapat diberlakukan oleh suatu perusahaan atau produsen dalam memasarkan produknya ialah dengan dapat menentukan dan memastikan strategi penjualan/pemasaran barang yang sesuai dan tepat dengan segmentasi konsumen atau targetnya.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih satu perusahaan atau usaha yang bergerak di bidang fashion yaitu Calibre Collection. Terletak di Ruko Palm Spring Blok D1 no 7-9 Kota Batam berdiri sejak Mei 2014 hingga sekarang. Barang yang tersedia disini adalah Tas, Tali Pinggang, Syal, Parfume, Jam, Hand Bag. Perusahaan ini mulai beroperasi pada jam 08:00-17:00. Pelanggan yang melakukan pembelian pada toko ini sangatlah beragam dan dari seluruh lapisan masyarakat. Berikut laporan Penjualan Calibre Collection sejak Januari 2019 sampai bulan Desember 2019 sebagai berikut ini :

**Tabel 1.1** Data dari Hasil Penjualan Calibre Collection Sejak Bulan Januari 2019 Hingga Desember 2019 (Dalam Rupiah)

<b>Bulan</b>	<b>Penjualan</b>
Januari	180.330.000
Februari	175.500.000
Maret	173.732.000
April	173.210.000
Mei	168.333.000
Juni	164.354.000
Juli	166.320.000
Agustus	165.765.000
September	163.435.000
Oktober	163.420.000
November	158.565.000
Desember	157.009.000

Sumber : Calibre Collection Batam

Dilihat tabel 1.1 data mengenai besarnya penjualan diatas, menjelaskan bahwa data penjualan pada Bulan Januari 2019 sampai dengan Desember 2019 terus mengalami penurunan. Pihak Calibre Collection menjelaskan permasalahan yang dapat mengakibatkan data penjualan ini dari awal Januari hingga akhir Desember 2019 terus menurun yaitu kurang menariknya besaran potongan harga yang diberikan Calibre Collection dan pengenaan ongkos kirim sehingga barang tersebut dapat tersalurkan kepada konsumen juga memberatkan atau mengurangi daya tarik kosumen untuk membeli, sehingga penjualan dari awal tahun semakin menurun hingga akhir tahun. (Sumber : Hasil wawancara dengan pihak manajer Calibre Collection pada tanggal 30 Agustus 2019). Demi mencapai tujuan dari perusahaan, maka perusahaan harus mampu menentukan strategi-strategi yang dapat berpengaruh meningkatkan penjualan, dan salah satunya adalah kebijakan dalam memberikan potongan harga (Sudrajat et al., 2017).

Potongan harga merupakan penurunan harga dasar yang dilakukan perusahaan pada satu periode yang telah ditentukan dan bertujuan agar meningkatnya penjualan produk barang dagang dan jasa. Potongan harga atau diskon, telah menjadi strategi yang sangat sering dilakukan/digunakan oleh perusahaan agar dapat menarik minat dari para konsumen, fungsi dari potongan harga adalah sebagai berikut :

- a) Meningkatkan penggunaan produk yang baru diluncurkan (*New Product*).
- b) Mengajak/membujuk pelanggan yang sudah lama untuk membeli barang lebih banyak dari biasanya.
- c) Memberi keyakinan pelanggan untuk ingin mencoba produk lama perusahaan.

Potongan harga atau pengurangan harga juga perlu untuk dilakukan oleh perusahaan dalam menghadapi pesaing-pesaing, yang harus diperhatikan salah satunya adalah faktor harga, karena tinggi atau rendahnya harga tersebut dapat berpengaruh terhadap kemampuan bersaing dan berpengaruh terhadap konsumen untuk membeli, (Prabowo & Susilo, 2015).

Potongan harga ialah kegiatan mengurangi harga barang/produk dari harga dasar/normal dalam satu periode berjalan atau tertentu, sehingga pembeli mendapatkan harga yang sedikit lebih rendah dari harga yang ada di label dan yang seharusnya dibayarkan sebenarnya, (Gitosudarmo, 2012). Selain dari adanya pemberian potongan atau pengurangan harga, biaya ongkos kirim yang dikenakan bagi pembeli juga berpengaruh terhadap penjualan barang dagang atau jasa, kemampuan bersaing dan minat beli konsumen, karena dengan adanya penambahan ongkos kirim akan mengurangi minat beli konsumen terhadap barang dan jasa tersebut. Berdasarkan hasil analisis di atas permasalahan yang didapatkan di Calibre Collection bahwa kegiatan memberikan potongan atau

pengurangan harga yang sudah dijalankan belum berjalan secara maksimal tentu akan mempengaruhi penjualan yang tidak maksimal, serta pengenaan ongkos kirim juga perlu peninjauan kembali karena berpengaruh terhadap penjualan.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil topik mengenai potongan atau pengurangan harga pada penjualan barang dagang. Selain potongan harga peneliti juga mengangkat topik mengenai ongkos kirim yang mempengaruhi penjualan barang dagang di Calibre Collection Batam. Berdasarkan pemaparan diatas maka dengan ini penulis mengangkat judul proposal penelitian ini yaitu **“ANALISIS POTONGAN HARGA DAN ONGKOS KIRIM TERHADAP PENJUALAN BARANG DAGANG DI BATAM”**.

### **1.2. Identifikasi Masalah**

Banyaknya tentang persoalan dalam lingkup potongan harga dan ongkos kirim terhadap penjualan barang dagang maka yang menyangkut ke tiga variabel tersebut bisa diuraikan identifikasi masalah seperti dibawah sebagai berikut ini:

1. Menguraikan dan menganalisis Potongan Harga pada Penjualan Barang Dagang di Calibre Collection Batam periode Tahun 2019.
2. Menguraikan dan menganalisis Ongkos Kirim pada Penjualan Barang Dagang di Calibre Collection Batam periode Tahun 2019.
3. Menguraikan dan menganalisis Penjualan Barang Dagang di Calibre Collection Batam periode Tahun 2019.
4. Menggambarkan atau memberikan gambaran secara lebih luas dan general tentang variabel-variabel tersebut melalui teori yang akan diangkat atau dibahas lebih rinci pada bab-bab berikutnya.

### **1.3. Batasan Masalah**

Sesuai pada latar belakang dan identifikasi masalah pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan batasan masalah didalam penelitian saat ini yaitu :

1. Potongan Harga dan Ongkos Kirim di Calibre Collection Batam yang dijadikan sebagai Variabel Bebas.
2. Penjualan Barang Dagang di Calibre Collection Batam yang dijadikan sebagai Variabel Terikat.
3. Data Potongan Harga, Ongkos Kirim, dan Penjualan di Calibre Collection Batam periode tahun 2019.

### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang permasalahan diatas yang telah menguraikan, maka dapat rumusan masalah dari didalam penelitian ini yang dapat diangkat ialah sebagai berikut :

1. Apakah Potongan Harga memiliki pengaruh/berpengaruh terhadap Penjualan Barang Dagang di Calibre Collection Batam periode Tahun 2019?
2. Apakah Ongkos Kirim berpengaruh terhadap Penjualan Barang Dagang pada di Calibre Collection Batam periode Tahun 2019?
3. Apakah Potongan Harga dan Ongkos Kirim berpengaruh terhadap Penjualan Barang Dagang di Calibre Collection Batam periode Tahun 2019?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Tujuan diadakannya penelitian ini yaitu :

1. Untuk dapat mengetahui apakah Potongan Harga berpengaruh terhadap Penjualan Barang Dagang di Calibre Collection Batam periode Tahun 2019.

2. Untuk mengetahui apakah Ongkos Kirim berpengaruh terhadap Penjualan Barang Dagang pada di Calibre Collection Batam periode Tahun 2019.
3. Untuk mengetahui apakah Potongan Harga dan Ongkos Kirim berpengaruh terhadap Penjualan Barang Dagang di Calibre Collection Batam periode Tahun 2019.

#### **1.6. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang didapat dari berjalannya/diadakannya penelitian ini ialah yaitu :

##### **1.6.1. Secara Teoritis**

- a. Bagi penulis, untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang potongan harga dan ongkos kirim terhadap penjualan yang telah dipelajari dibangku perkuliahan lalu diaplikasikan dalam pekerjaan atau dunia kerja.
- b. Bagi Pembaca, dari hasil penelitian yang disajikan ini peneliti berharap dapat dijadikan/menjadi bahan referensi serta masukan dalam mengembangkan bidang ilmu pengetahuan khususnya tentang potongan harga dan ongkos kirim yang berpengaruh terhadap penjualan barang dagang dengan berbagai masalah yang melengkapinya serta untuk mengetahui sudah sejauh mana teori tentang variabel diatas berpengaruh didalam penerapan dunia usaha.

##### **1.6.2. Secara Praktis**

- a. Bagi Objek Penelitian, Hasil dari penelitian ini diharapkan/diharapkan agar dapat menjadi masukan dalam mengoptimalkan kegiatan usahanya, mulai dari potongan harga

dan ongkos kirim dalam upaya meningkatkan penjualan barang dagang serta dapat dijadikan bahan referensi, informasi dan dimanfaatkan untuk memperbaiki yang dianggap perlu oleh Calibre Collection.

- b. Bagi Universitas Putera Batam, adanya pelaksanaan penelitian berikut ini diharapkan bias menjadi data referensi untuk penelitian yang selanjutnya tentang Analisis Potongan Harga dan Ongkos Kirim terhadap Penjualan Barang Dagang di Batam.