

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Meningkatnya pesatnya pertumbuhan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen, semakin bertambah banyak, baik dalam jumlah maupun jenisnya. Hal ini mendorong perusahaan saling berpacu agar dapat memuaskan kebutuhan konsumen dengan cara menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan keinginan konsumen. Keadaan ini mengakibatkan terciptanya persaingan sesama perusahaan kosmetik yang menghasilkan barang dan jasa yang sejenis.

Untuk menghadapi persaingan ini memaksa perusahaan kosmetik Rivera untuk berorientasi pada kegiatan pemasaran. Kegiatan yang dilakukan perusahaan kosmetik Rivera harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen, sehingga dapat dikatakan bahwa pemasaran memegang peranan penting dalam menunjang kegiatan pemasaran kosmetik Rivera di dalam meningkatkan penjualan. Agar tujuan perusahaan kosmetik Rivera meningkat hasil penjualan tercapai maka harus mempunyai cara-cara atau metode-metode yang digunakan sebagai pedoman terutama dalam bidang pemasaran. Oleh karena itu strategi pemasaran merupakan cara yang paling tepat dalam upaya meningkatkan penjualan, caranya ialah dengan menetapkan harga, promosi serta saluran distribusi terhadap barang dan jasa yang bisa memberikan kepuasan kepada konsumen.

Dari beberapa strategi pemasaran tersebut di atas, promosi dan kebijakan harga dalam hal ini adalah pemberian potongan harga merupakan bagian yang penting serta berpengaruh terhadap peningkatan hasil penjualan. Promosi dapat menambah serta mempengaruhi konsumen terhadap nilai pada barang atau jasa yang sedang diedarkan di pasaran. Kegiatan ini mendorong dan mengarahkan konsumen untuk membeli, sehingga penjualan akan meningkat sesuai tujuan yang diharapkan, selain itu pula pemberian potongan harga kepada pelanggan maupun pada saat pembelian dalam skala yang lebih besar sedikit banyak akan dapat menambah bahkan mempertahankan minat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan perusahaan kosmetik Rivera.

Dengan adanya promosi dan kebijakan harga dalam hal ini adalah potongan harga yang diberikan oleh Perusahaan kosmetik Rivera diharapkan penjualan akan dapat ditingkatkan. Perusahaan kosmetik Rivera dapat menggunakan promosi dan harga secara efektif, maka sebelum mengadakan kegiatan tersebut hendaknya diadakan suatu perencanaan yang baik dengan memperhatikan segala faktor yang berkaitan dengan promosi dan kebijakan harga sehingga apa yang dilaksanakan dapat berhasil dengan baik. Tentu saja hal ini harus disesuaikan dengan maksud dari periklanan yang dapat menarik konsumen yang nantinya membuat minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan perusahaan kosmetik Rivera.

Untuk mengetahui jenis, harga dan penjualan kosmetik Rivera di Kota Pontianak dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut ini :

Tabel 1.1
Daftar Harga Produk Rivera Di Kota Pontianak

NO	Nama & Jenis Barang	Harga Per PCS
1.	EDT Milakos 50ml	Rp 75,000.00
2.	Day Cream	Rp 19,000.00
3.	Night Cream	Rp 19,000.00
4.	Make Up Kit Set	Rp 450,000.00
5.	Beauty Kit	Rp 120,000.00
6.	Phyto Gel	Rp 13,000.00
7.	Phyto Toner	Rp 11,000.00
8.	Cover Found	Rp 28,000.00
9.	Eye Brow	Rp 24,000.00
10.	Compact	Rp 27,500.00
11.	Shimering P. Kit Set	Rp 25,000.00
12.	Eye Make Up Remover	Rp 18,500.00
13.	Facial Wash	Rp 18,000.00
14.	Facial Massage Cream	Rp 20,500.00
15.	Facial Peeling Cream	Rp 20,500.00
16.	Facial Peeling Scrub	Rp 21,500.00
17.	Mask Powder	Rp 8,500.00
18.	Mask Powder Elasticool	Rp 12,500.00
19.	Rose Water	Rp 10,500.00
20.	Wet & Glam	Rp 25,000.00
21.	Blue Lipstic	Rp 22,500.00
22.	Lip Liner	Rp 27,000.00
23.	Phyto Found	Rp 18,500.00
24.	Phyto Moisturize	Rp 15,000.00
25.	Phyto HBL	Rp 12,500.00
26.	Blue TWC	Rp 41,000.00
27.	Blue Ref TWC	Rp 26,000.00
28.	Blue Blush On	Rp 32,000.00
29.	Blue Eye Shadow	Rp 33,000.00
30.	Blue Face Powder	Rp 22,500.00
31.	Eye Liner Matic	Rp 36,000.00
32.	Eye Liner	Rp 43,000.00
33.	Mascara	Rp 48,000.00

Sumber Data Rivera, 2015

Tabel 1.1 menyajikan produk-produk dan harga Kosmetik Rivera yang di jual di Kota Pontianak

Tabel 1.2
Rekap Sales Out
Oktober 2011 s/d Agustus 2012

No.	BULAN	TARGET	SALES OUT	%
1	Oktober	Rp. 111,204,545	Rp. 87,904,250,00	79,05
2	November	Rp. 111,204,545	Rp. 57,732,100,00	51,92
3	Desember	Rp. 111,204,545	Rp. 61,812,200,00	55,58
4	Januari	Rp. 111,204,545	Rp. 71,527,700,00	64,32
5	Februari	Rp. 111,204,545	Rp. 99,112,500,00	89,13
6	Maret	Rp. 111,204,545	Rp. 98,813,500,00	88,86
7	April	Rp. 111,204,545	Rp. 62,511,000,00	56,21
8	Mei	Rp. 111,204,545	Rp. 101,207,000,00	91,01
9	Juni	Rp. 111,204,545	Rp. 83,463,000,00	75,05
10	Juli	Rp. 111,204,545	Rp. 108,493,200,00	97,56
11	Agustus	Rp. 111,204,545	Rp. 80,893,000,00	72,74

Sumber : Data Rivera, 2015

Pada Tabel 1.2 dapat dilihat target dan pencapaian penjualan Kosmetik Rivera di Kota Pontianak pada Oktober 2011 sampai dengan Agustus 2012 pencapaian penjualannya setiap bulan berfluktuasi yang menunjukkan pencapaian penjualan paling rendah pada bulan November sebesar Rp. 57.732.100.000,- atau 51,92 %, sedangkan penjualan dengan pencapaian paling tertinggi pada bulan Juli 2013 sebesar 108.493.200.000,- atau 97,56%

Apabila perusahaan tidak dapat meningkatkan penjualan maka dapat menyebabkan konsumen beralih kepada produk lain. Bila keadaan ini tidak segera mendapat perhatian akan dapat membawa dampak negatif dalam pencapaian tujuan perusahaan kosmetik Rivera. Alasan mengambil judul ini karena saya ingin

mengetahui bagaimana PT. Fabindo mempromosikan Kosmetik Rivera tanpa adanya iklan dan bagaimana cara mempertahankan konsumen yang loyal .

Untuk mengetahui kompetitor kosmetik Rivera yang ada di kota Pontianak dapat dilihat pada Tabel 1.3 berikut ini yaitu :

Tabel 1.3
Data Kompetitor Rivera

NO.	BRAND	PRODUSEN
1.	REVLON	PT. UBF
2.	WARDAH	PT. KOSMETIKATAMA SETIA INDONESIA
3.	RIVERA	PT. FABINDO SEJAHTERA
4.	LATULIPE	PT. DOSNI ROHA

Sumber Data Rivera, 2015

Pengetahuan akan bauran pemasaran yang baik dalam upaya pelaksanaan kegiatan pemasaran secara intensif menjadi faktor penting yang harus diketahui perusahaan kosmetik Rivera dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup Perusahaan kosmetik Kosmetik Rivera dan menjangkau konsumen sebanyak-banyaknya. Dengan adanya penelitian tentang bauran pemasaran diharapkan bisa membantu untuk mewujudkan suatu tujuan perusahaan kosmetik Rivera. Adapun alasan memilih judul karena pemasaran kosmetik Rivera oleh PT. Fabindo kepada mahasiswi Fakultas Ekonomi Tanjung Pura Pontianak dirasakan kurang sehingga semakin tahun omzet penjualan turun.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka yang menjadi permasalahan adalah bagaimana perspektif mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura terhadap promosi dan potongan harga pada produk kosmetik Rivera.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dirumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1. Bagaimanakah perspektif mahasiswi terhadap promosi dan potongan harga produk kosmetik Rivera.
2. Apakah promosi pada kosmetik Rivera berpengaruh terhadap perspektif Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura
3. Apakah potongan harga produk Kosmetik Rivera berpengaruh signifikan terhadap perspektif mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan promosi dan potongan harga kosmetik Rivera
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap perspektif Kosmetik Rivera
3. Untuk mengetahui pengaruh potongan harga terhadap perspektif kosmetik Rivera

1.5 Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan bagi pihak-pihak berikut:

1. Bagi penulis

Untuk menerapkan teori-teori dan pengetahuan yang didapat di bangku kuliah ke dalam masalah yang sebenarnya mengenai promosi dan potongan harga kosmetik Rivera di kota Pontianak.

2. Bagi PT. Fabindo

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan bagi PT. Fabindo terutama sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang terkait dengan tujuan jangka pendek ataupun jangka panjang PT. Fabindo khususnya dalam hal pemasaran Kosmetik Rivera.

3. Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi maupun sebagai acuan khususnya bagi yang berminat pada permasalahan bauran pemasaran.