

JEMEN

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS EKONOMI  
PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**USAHA MEMPERLUAS PANGSA PASAR PENJUALAN  
GALVANIZE PADA PT. HALUAN BERSAMA  
PALEMBANG**



**Diajukan oleh**

**WINDA FUJI LESTARI  
01023110028**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat  
Guna Mencapai Gelar  
Sarjana Ekonomi**

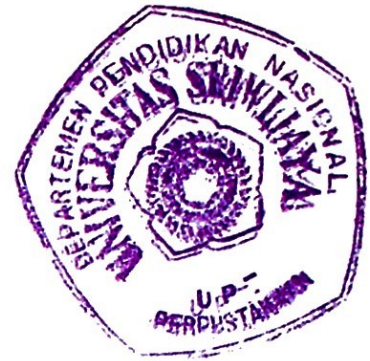
**2006**

10.7

1.1

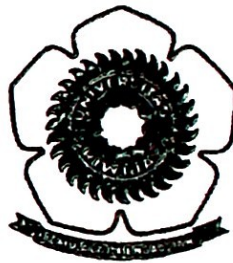
658.8107  
Les  
U  
2006

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS EKONOMI  
PALEMBANG**



**SKRIPSI**

**USAHA MEMPERLUAS PANGSA PASAR PENJUALAN  
GALVANIZE PADA PT. HALUAN BERSAMA  
PALEMBANG**



R. 13726  
14086

**Diajukan oleh**

**WINDA FUJI LESTARI  
01023110028**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat  
Guna Mencapai Gelar  
Sarjana Ekonomi**

**2006**


UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS EKONOMI  
INDERALAYA

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

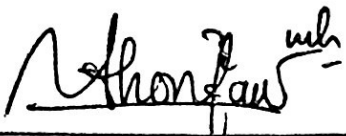
Nama : WINDA FUJI LESTARI  
Nomor Induk Mahasiswa : 01023110028  
Jurusan : MANAJEMEN  
Mata Kuliah Pokok : MANAJEMEN PEMASARAN  
Judul Skripsi : USAHA MEMPERLUAS PANGSA PASAR  
PENJUALAN GALVANIZE PADA  
PT HALUAN BERSAMA PALEMBANG

PEMBIMBING SKRIPSI :

Tanggal 9-1-2006 Ketua

  
\_\_\_\_\_  
Drs. M. Nasir Ibrahim  
NIP : 130516518

Tanggal 5-1-2006 Anggota

  
\_\_\_\_\_  
Nofiawaty, SE, MM  
NIP : 132083431

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

***“ Sia-sia kita menyuruh sungai berhenti mengalir, yang terbaik adalah belajar bagaimana berenang sesuai dengan arah sungai ”***

***( Anonim )***

***Kupersembahkan Kepada :***

- ☒ Ayah, ibu, dan kakak saya Vera yang tercinta***
- ☒ Sahabat dan kekasih saya Reza***
- ☒ Sahabat-sahabat saya di manajemen pemasaran angkatan 2002***

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim,

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan ridhoNya, maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang disusun sebagai sebagian syarat akhir guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi. Adapun judul yang telah dipilih adalah “ **Usaha Memperluas Pangsa Pasar Penjualan Galvanize pada PT Haluan Bersama Palembang** ”

Dalam penyusunannya sangat penulis sadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari para panitia pembimbing skripsi serta dari berbagai pihak maka skripsi ini tidak akan terselesaikan. Penulis juga menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini tetapi penulis berharap agar skripsi ini nantinya akan bermanfaat. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Syamsurijal AK, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Drs. Yuliansyah M Diah, sebagai ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Drs. M Kosasih Zen, sebagai sekretaris jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Drs. Nasir Ibrahim, sebagai ketua panitia pembimbing skripsi.

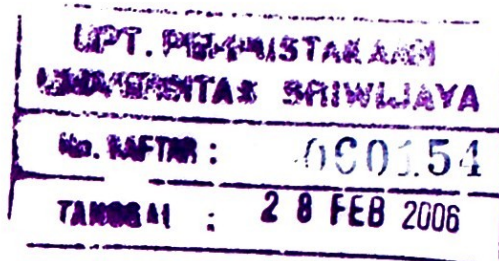
5. Ibu Nofiawaty, SE, MM., sebagai anggota panitia pembimbing skripsi.
6. Bapak Drs. Komaruddin Achmad, sebagai pembimbing akademik.
7. Bapak Suharto, sebagai pimpinan daripada PT Haluan Bersama, beserta para staff karyawannya.
8. Kedua orang tua saya yang tercinta yang memberi bantuan moril dan materil, serta kakak saya yang selalu memberikan semangat dan do'a.
9. Bapak Nirwan Rasyid, Ibu Wahyu Ernaningsih, eyang, nenek, mas Reza, dan kak Amy
10. Sahabat saya Risca,, Yessy, Vika, Pety, Ekki, dan Marini.
11. Seluruh teman-teman Manajemen Angkatan 2002.

Akhir kata, semoga Allah SWT memberikan segala karuniaNya kepada semua yang telah membantu penyusunan dan penulisan skripsi ini.

Palembang, Januari 2006

Penulis

## DAFTAR ISI



Halaman

HALAMAN JUDUL SKRIPSI .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Permasalahan .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	9
1.3. Tujuan Penelitian .....	9
1.4. Manfaat Penelitian .....	10
1.5. Ruang Lingkup Penelitian .....	10
1.6. Metodologi Penelitian .....	10
1.6.1. Objek Penelitian .....	10
1.6.2. Metode Penelitian .....	10
1.6.3. Populasi dan Sampel .....	11

1.6.3.1. Populasi .....	11
1.6.3.2. Sampel .....	11
1.6.4. Teknik Pengumpulan data .....	12
1.6.5. Analisis Data .....	13
1.7. Sistematika Pembahasan .....	14
<b>BAB II  LANDASAN TEORI</b>	
2.1. Definisi Pemasaran .....	15
2.2. Konsep Pemasaran .....	17
2.3. Bauran Pemasaran .....	19
2.3.1. Produk .....	19
2.3.2. Harga .....	21
2.3.3. Promosi .....	22
2.3.4. Distribusi .....	24
2.4. Menganalisis Pasar Bisnis .....	25
2.4.1. Pasar Bisnis .....	25
2.4.2. Pasar Institusional dan Pemerintah .....	29
2.5. Pangsa Pasar .....	30
2.5.1. Mengestimasi Penjualan Industri dan Pangsa Pasar.....	36
<b>BAB III  KEADAAN UMUM PERUSAHAAN</b>	
3.1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	38
3.2. Struktur Organisasi dan Personalia .....	41



3.3. Uraian Tugas-tugas .....	43
3.4. Bidang Usaha .....	45
3.5. Kegiatan Pemasaran Perusahaan.....	46
3.5.1. Aspek Pasar .....	46
3.5.2. Produk .....	46
3.5.2.1. Proses Produksi Galvanize .....	47
3.5.2.2. Tahap Produksi .....	48
3.5.3. Harga .....	49
3.5.4. Distribusi .....	50
3.5.5. Promosi .....	50
 <b>BAB IV PEMBAHASAN</b>	
4.1. Analisis Kuantitatif .....	52
4.1.1. <i>Forecast</i> Penjualan Sebelum	
Perluasan Pangsa Pasar.....	52
4.1.2. <i>Forecast</i> Penjualan Apabila	
Dilakukan Perluasan Pangsa Pasar.....	57
4.2. Analisis Kualitatif .....	64
4.2.1. Strategi <i>Positioning</i> Produk .....	64
4.2.2. Strategi Penetapan Harga Produk	
yang Telah Mapan .....	67
4.2.3. Meningkatkan Komunikasi Pemasaran	
P.T. Haluan Bersama .....	68

4.2.3.1. Strategi Bauran Promosi .....	69
4.2.3.2. Strategi Motivasi dan Penyeliaan Tenaga Penjual .....	71
4.3. Pembahasan Permasalahan .....	72
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan .....	75
5.2. Saran .....	77
Daftar Pustaka .....	78
Lampiran	

## DAFTAR TABEL

<b>TABEL :</b>	<b>Halaman</b>
<b>1. Tingkat Produksi dan Realisasi Penjualan Galvanize P.T. Haluan Bersama Tahun 2000 s/d 2004 .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Volume Penjualan dan Total Pendapatan Penjualan Galvanize P.T. Haluan Bersama Tahun 2000 s/d 2004 .....</b>	<b>4</b>
<b>3. Volume Penjualan Rata-rata dan Total Pendapatan Masing-masing Perusahaan Pesaing Tahun 2000 s/d 2004 .....</b>	<b>5</b>
<b>4. Harga Jual Rata-rata Galvanize Perusahaan Pesaing Tahun 2000 s/d 2004 .....</b>	<b>6</b>
<b>5. Pangsa Pasar yang dikuasai oleh Masing-masing Produsen pada Pelanggan yang Sama Tahun 2000 s/d 2004 .....</b>	<b>7</b>
<b>6. Konsep Pemasaran .....</b>	<b>18</b>
<b>7. Tenaga Kerja P.T. Haluan Bersama Berdasarkan Bidang Pekerjaan .....</b>	<b>42</b>
<b>8. Keadaan Karyawan P.T. Haluan Bersama Berdasarkan Jenjang Pendidikan .....</b>	<b>43</b>

<b>9. Masa Kerja Karyawan P.T. Haluan Bersama .....</b>	<b>43</b>
<b>10. Forecast Penjualan Galvanize pada P.T. Haluan Bersama</b>	
<b>Pangsa Pasar Lama (PLN, PDAM, P.T. PGN)</b>	
<b>Tahun 2005 s/d 2010 .....</b>	<b>53</b>
<b>11. Proyeksi Demand Industri atas Galvanize</b>	
<b>Pangsa Pasar Lama (PLN, PDAM, P.T. PGN)</b>	
<b>Tahun 2005 s/d 2010 .....</b>	<b>56</b>
<b>12. Expected Market Share Sebelum Perluasan Pangsa Pasar</b>	
<b>Tahun 2005 s/d 2010 .....</b>	<b>57</b>
<b>13. Forecast Penjualan Galvanize pada P.T. Haluan Bersama</b>	
<b>Perluasan Pangsa Pasar (PLN, PDAM, P.T. PGN, P.T. Telkom,</b>	
<b>Perusahaan Kartu Telepon Seluler)</b>	
<b>Tahun 2005 s/d 2010 .....</b>	<b>59</b>
<b>14. Proyeksi Demand Industri atas Galvanize</b>	
<b>Perluasan Pangsa Pasar (PLN, PDAM, P.T. PGN, P.T. Telkom,</b>	
<b>Perusahaan Kartu Telepon Seluler)</b>	
<b>Tahun 2005 s/d 2010 .....</b>	<b>61</b>
<b>15. Expected Market Share Setelah Perluasan Pangsa Pasar</b>	
<b>Tahun 2005 s/d 2010 .....</b>	<b>62</b>
<b>16. Kenaikan Expected Market Share Penjualan Galvanize</b>	
<b>P.T. Haluan Bersama Setelah Perluasan Pangsa Pasar</b>	
<b>Tahun 2005 s/d 2010 .....</b>	<b>63</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>GAMBAR :</b>	<b>Halaman</b>
<b>1. Struktur Organisasi P.T. Haluan Bersama</b>	
<b>Tahun 2005 .....</b>	<b>41</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Dewasa ini perekonomian dunia telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Keadaan ini telah membawa industri-industri yang memproduksi berbagai macam produk yang berbeda untuk menyesuaikan strategi perusahaan dengan perkembangan yang terjadi. Setiap perusahaan dituntut untuk lebih mempertahankan dan mengidentifikasi perubahan-perubahan yang terjadi dalam lingkungan pemasaran yang kompleks dan berubah-ubah. Hal ini harus dilakukan pengusaha untuk mendapatkan informasi yang tepat sehingga dapat membantu merancang strategi pemasarannya untuk mendapatkan peluang yang lebih baik. Dalam hal ini, pengusaha dituntut pula untuk memonitor secara terus-menerus lingkungan pemasarannya, dan memberikan perhatian yang selalu tertuju pada para pelaku dan ketentuan yang terlibat dalam lingkungan pemasaran tersebut.

Perusahaan dapat memperoleh informasi mengenai perkembangan penting yang berkaitan dengan pemasaran barang atau jasanya melalui berbagai cara, antara lain; melalui tenaga-tenaga penjualnya, para penyalur, pengecer, membeli informasi dari luar, atau membentuk pusat informasi pemasaran, kemudian dapat dipelajari dengan melakukan riset pemasaran.

Perusahaan dalam menjalankan keaktifan pemasarannya tidak hanya sekedar memasarkan barang yang berkualitas baik, melainkan juga menetapkan harga yang menarik, dan membuat barang itu terjangkau oleh pasar sasaran. Perusahaan dituntut pula untuk dapat berkomunikasi dengan konsumen mereka secara efektif agar dapat memenuhi kebutuhan, keinginan, dan membantu memecahkan masalah yang sedang dihadapi konsumennya.

Menurut Philip Kotler (2002 ; 1)

Pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Strategi pemasaran yang ditetapkan oleh perusahaan harus disesuaikan dengan produk yang dipasarkannya. PT. Haluan Bersama memasarkan produk yang termasuk dalam klasifikasi barang industrial yaitu *galvanize* (lapisan besi anti karat) yang nantinya dapat melapisi berbagai bentuk dan ukuran yang diinginkan oleh pemesan. Galvanize ini sangat diperlukan oleh organisasi-organisasi yang bergerak dalam bidang pendistribusian energi, air, gas, dan informasi karena organisasi seperti itu harus mendirikan gardu-gardu serta jaringan-jaringan yang berada di alam bebas agar dapat mendistribusikannya kepada masyarakat banyak, misalnya gardu listrik, gardu telepon, pipa gas, jembatan-jembatan, pengairan (irigasi), dam-dam air, dan sebagainya. Galvanize dapat menangkal proses korosi (perkaratan) pada besi yang dapat membuat besi berkarat dan rapuh karena akibat perubahan cuaca yang selalu berubah-ubah.

PT. Haluan Bersama adalah perusahaan yang pertama kali bergerak dalam industri galvanize di Palembang maka perusahaan ini mendapatkan kontrak tetap setiap tahun dari Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang ada di Palembang yaitu Perusahaan Listrik Negara (PLN), PDAM, PT. Perusahaan Gas Negara (PGN). Jumlah Produksi dan realisasi penjualan PT. Haluan Bersama adalah sebagai berikut.

**Tabel 1**  
**Tingkat Produksi dan Realisasi Penjualan Galvanize PT. Haluan Bersama**  
**Tahun 2000 s/d 2004**

<b>Tahun</b>	<b>Produksi (ton)</b>	<b>Realisasi Penjualan (ton)</b>
2000	148	148
2001	154	154
2002	131	131
2003	91	91
2004	115	115

Sumber: PT. Haluan Bersama Palembang, 2005

Tabel realisasi penjualan menunjukkan tingkat produksi yang sama besarnya dengan tingkat realisasi penjualan, hal ini dikarenakan adanya sistem kontrak dengan cara memenangkan tender dari ketiga Badan Usaha Milik Negara tersebut yaitu; PLN, PDAM, PT. PGN, dimana data realisasi penjualan menunjukkan seberapa banyak galvanize yang diperlukan pemesan, sehingga perusahaan ini hanya memproduksi sebanyak yang dipesan oleh pemesan



**Tabel 2**  
**Volume Penjualan dan Total Pendapatan Penjualan Galvanize**  
**PT. Haluan Bersama**  
**Tahun 2000 s/d 2004**

<b>Tahun</b>	<b>Volume Penjualan (ton)</b>	<b>Harga Jual/ Ton (Rp)</b>	<b>Total Pendapatan (Rp)</b>
2000	148	1.450.000,-	215.212.000,-
2001	154	1.500.000,-	235.312.000,-
2002	131	1.975.000,-	258.650.000,-
2003	91	2.673.000,-	241.030.000,-
2004	115	3.115.000,-	358.449.000,-

Sumber: PT. Haluan Bersama Palembang, 2005

Dari kedua tabel diatas (tabel 1 dan 2) dapat dilihat penurunan penjualan terutama pada tahun 2003, hal tersebut dapat dilihat dari realisasi penjualan perusahaan, tetapi apabila kita lihat dari jumlah pendapatan terlihat bahwa penjualan tetap meningkat, hal tersebut dikarenakan oleh harga jual yang terus meningkat setiap tahun.

Penurunan penjualan juga terjadi dikarenakan oleh adanya ketiga pesaing yang bergerak dalam bidang sejenis yang melayani order dari pemesan yang sama, yaitu CV. Cempaka Indah, PT. Conetra Utama, dan PT. Energindo Sumber Sejati. Sebelum masuknya pesaing, PT. Haluan Bersama mendapatkan order penuh (100%) dari pemesan, tetapi setelah masuknya pesaing yang menawarkan harga yang lebih rendah maka order tersebut dibagi sesuai dengan jumlah pemasok yang memasok daripada ketiga perusahaan tersebut.

Dari hasil wawancara penulis dengan pemilik perusahaan, PT. Haluan Bersama tetap mendapatkan bagian yang lebih besar, tetapi keadaan ini dapat berubah sewaktu-waktu, terutama apabila berada pada pasar pemerintah, dimana harga murah lebih bisa menarik perhatian pemesan daripada kualitas yang ditawarkan.

Volume penjualan rata-rata galvanize dari ketiga perusahaan pesaing serta total pendapatan masing-masing perusahaan pesaing dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 3**  
**Volume Penjualan Rata-Rata dan Total Pendapatan Masing-Masing**  
**Perusahaan Pesaing**  
**Tahun 2000 s/d 2004**

Tahun	Volume Penjualan Rata-Rata (ton)	Total Pendapatan		
		CV. Cempaka Indah (Rp)	PT. Conetra Utama (Rp)	PT. Energindo Sumber Sejati (Rp)
2000	143	216.212.000,-	200.102.000,-	195.428.000,-
2001	154	233.312.000,-	216.312.000,-	237.312.000,-
2002	125	258.429.000,-	237.855.000,-	238.855.000,-
2003	93	241.048.000,-	241.317.000,-	254.747.000,-
2004	106	356.348.000,-	322.849.000,-	317.649.000,-

Sumber: PT. Haluan Bersama, 2005

Harga jual rata-rata dari ketiga perusahaan pesaing PT. Haluan Bersama adalah sebagai berikut.

**Tabel 4**  
**Harga Jual Rata-Rata Galvanize**  
**Perusahaan Pesaing**  
**Tahun 2000 s/d 2004**

<b>Tahun</b>	<b>Harga Jual / Ton (Rp)</b>
2000	1.425.000
2001	1.480.000
2002	1.950.000
2003	2.625.000
2004	3.110.000

Sumber: PT. Haluan Bersama, 2005

Pada tabel dibawah ini terlihat besarnya persentase order yang diterima oleh masing-masing perusahaan dari pelanggan yang sama yaitu ketiga Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yaitu Perusahaan Listrik Negara (PLN), PDAM, PT. Perusahaan Gas Negara (PGN).

**Tabel 5**  
**Pangsa Pasar yang dikuasai oleh masing-masing Produsen pada Pelanggan yang Sama**  
**Tahun 2000 s/d 2004**

Tahun	Permintaan Industri (Ton)	Produsen									
		PT. Haluan Bersama		CV. Cempaka Indah		PT. Conetra Utama		PT. Energingdo Sumber Sejati			
		Penjualan (Ton)	Pangsa Pasar (%)	Penjualan (Ton)	Pangsa Pasar (%)	Penjualan (Ton)	Pangsa Pasar (%)	Penjualan (Ton)	Pangsa Pasar (%)		
2000	577	148	25,64	148	25,64	144	24,95	137	23,74		
2001	616	154	25,00	153	24,83	149	24,18	160	25,97		
2002	506	131	25,88	128	25,29	122	24,11	125	24,70		
2003	370	91	24,59	86	23,34	80	21,16	113	30,54		
2004	432	115	26,63	113	26,17	105	24,14	99	23,91		

Sumber : PT. Haluan Bersama, 2005

Pangsa pasar yang dikuasai oleh masing-masing perusahaan tidak jauh berbeda, oleh karena itu PT. Haluan Bersama harus mencoba memperluas pangsa pasarnya dengan berusaha mencari peluang pada perusahaan lain baik itu milik pemerintah maupun swasta. PT. Haluan Bersama mempunyai kemungkinan yang sangat kecil untuk memperbesar pesanan pada ketiga perusahaan yang lama dikarenakan adanya sistem kontrak yang berlaku, maka jumlah pesanan sudah ditentukan sesuai dengan kebutuhan pemesan.

Dalam usahanya memperluas pangsa pasar penjualan galvanize PT. Haluan Bersama dapat melirik PT. Telkom dan perusahaan kartu telepon seluler. Sebagaimana kita ketahui kedua jenis perusahaan tersebut pada saat ini sedang bersaing untuk memperluas jaringannya agar dapat mencapai tingkat kecamatan bahkan tingkat kabupaten terutama pada perusahaan kartu telepon seluler. Ditambah lagi peluang untuk masuk cukup besar, menurut informasi yang diterima oleh PT. Haluan Bersama terdapat dua pemasok untuk PT. Telkom, sedangkan untuk perusahaan kartu telepon seluler menggunakan para pemasok lepas.

Sekarang ini penggunaan telepon bukanlah lagi menjadi kebutuhan tersier tetapi telah menjadi salah satu kebutuhan yang sangat penting bahkan hampir menjadi kebutuhan primer. Karena kebutuhan berkomunikasi yang cepat, maka hampir seluruh masyarakat di Palembang mempunyai telepon, bahkan untuk daerah pedesaan dimana tidak dapat dijangkau oleh jaringan telepon rumah maka dapat digantikan dengan telepon seluler. Oleh karena itu perusahaan kartu telepon seluler berlomba-lomba untuk memperluas jangkauannya, tentu saja hal tersebut tidak lepas dari pendirian tower

distribusi dan gardu jaringan distribusi Peluang ini dapat dimanfaatkan oleh PT. Haluan Bersama dalam usahanya memperluas pangsa pasar.

Berdasarkan semua keterangan dan data yang diperoleh oleh Penulis, maka penulis tertarik untuk membuat suatu penelitian dengan judul **“USAHA MEMPERLUAS PANGSA PASAR PENJUALAN GALVANIZE PADA PT. HALUAN BERSAMA PALEMBANG”**.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan data yang diperoleh oleh penulis maka dapat dirumuskan permasalahannya adalah usaha apa yang harus dilakukan oleh PT. Haluan Bersama agar dapat memperluas pangsa pasarnya.

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan judul skripsi, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah usaha yang akan dilakukan dapat memperluas pangsa pasar PT. Haluan Bersama, sehingga usaha tersebut dapat dikembangkan lebih lanjut dan dipakai oleh perusahaan.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

1. Bagi perusahaan yang diteliti

Sebagai sumbangan pemikiran dalam memutuskan apakah akan dilakukan perluasan pangsa pasar atau tidak sebagai masukan pertimbangan kebijaksanaan pemasaran PT. Haluan Bersama.

2. Bagi penulis sendiri

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai penambah ilmu pengetahuan secara praktek untuk mengimplementasikan pengetahuan teori yang didapat penulis selama di kuliah.

#### **1.5. Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada PT. Haluan Bersama dengan pembahasan dalam usaha memperluas pangsa pasar.

#### **1.6. Metodologi Penelitian**

##### **1.6.1. Objek Penelitian**

Perusahaan yang dijadikan objek penelitian adalah PT. Haluan Bersama yang terletak di Jalan Inspektur Marzuki Lorong Pembangunan No. 09 Rt 02 / Rw09 Pakjo Palembang.

##### **1.6.2. Metode Penelitian**

Metode adalah cara yang telah teratur dan terpikir baik-baik untuk mencapai suatu maksud. Untuk memperoleh informasi yang sesuai dengan tujuan daripada

penelitian ini maka penulis menggunakan metode survey. Metode survey lebih menekankan pada penentuan informasi tentang individu. Dengan metode survey penelitian dapat dilakukan baik secara langsung maupun tak langsung, seperti melalui internet, majalah, atau koran sebagai masukan informasi dalam memecahkan masalah.

### **1.6.3. Populasi dan Sampel**

#### **1.6.3.1. Populasi**

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Subjek penelitian ini dapat berupa manusia, benda, ataupun peristiwa dalam suatu penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua peristiwa yang ada hubungannya dengan penelitian, selain itu penulis juga mengadakan penelitian survey secara langsung kepada pemilik dan karyawan yang informasinya dapat mendukung isi daripada penelitian ini.

#### **1.6.3.2. Sampel**

Sampel adalah sebagian yang mewakili populasi yang akan diteliti. Maka dalam hal ini penulis menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling*, dimana semua anggota atau subjek penelitian tidak memiliki peluang yang sama untuk dapat dipilih sebagai sampel. Penulis hanya mengambil bagian tertentu dalam kelompok untuk mewakili sub kelompok.

Pengambilan sampel ini dilakukan dengan *purposive sampling (judgement sampling)*, yaitu sampling dimana pengambilan elemen-elemen yang dimasukkan dalam sampel dilakukan dengan sengaja, dengan catatan sampel tersebut terwakili



#### 1.6.4. Teknik Pengumpulan Data

Agar data yang diperoleh tepat dan objektif maka penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu :

1. Penelitian Kepustakaan (*library Research*)

Penelitian yang dilakukan berdasarkan bahan-bahan kepustakaan antara lain: data-data informasi dari buku, majalah, Koran maupun internet yang berhubungan dengan penelitian ini.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Mengadakan penelitian langsung pada perusahaan, dalam hal ini guna memperoleh informasi secara nyata mengenai hal-hal yang berhubungan dengan penelitian.

Data yaitu suatu yang dapat diketahui atau dianggap yang dapat memberikan gambaran tentang suatu keadaan atau persoalan. Sedangkan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Data primer, yaitu data yang dikumpulkan dengan wawancara langsung kepada pemilik PT. Haluan Bersama dan karyawan perusahaan tersebut.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari luar perusahaan yang telah dikumpulkan dan tersedia seperti buku, majalah, Koran, internet, dan dokumen-dokumen di perusahaan.

### 1.6.5 Analisis Data

Dalam menganalisis masalah yang dihadapi oleh PT. Haluan Bersama, penulis menggunakan beberapa metode yaitu:

#### 1. Metode Analisis Kuantitatif

Yaitu data berupa perhitungan angka-angka yang didapat dari penelitian, seperti peramalan permintaan konsumen terhadap PT. Haluan Bersama. Alat yang digunakan oleh penulis yaitu analisa trend dengan penerapan garis trend secara matematis dengan metode *moment*, menurut Drs. Gunawan Adi Saputro (1998:159) rumus-rumus yang digunakan disini adalah :

$$I. Y = a + bX$$

$$II. \sum Y_i = n.a + b\sum X_i$$

$$III. \sum X_i Y_i = a\sum X_i + b\sum X_i^2$$

Dimana : Y = Variabel penjualan

X = Variabel tahun

n = Jumlah data

a = Titik potong

b = *slope*

Rumus II dan III dipergunakan untuk menghitung nilai a dan b yang akan dipergunakan sebagai dasar penerapan garis linier. Sedangkan rumus I merupakan persamaan garis trend

#### 2. Metode Analisis Kualitatif

Dalam hal ini penulis menjabarkan usaha-usaha yang dapat dilakukan oleh PT. Haluan Bersama dalam usahanya memperluas pangsa pasar.

## **1.7 Sistematika Pembahasan**

Agar lebih memudahkan pembahasan, penulis akan memberikan gambaran mengenai isi skripsi secara keseluruhan. Berikut ini uraian sistematika pembahasan, yaitu :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, mafaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan metodologi penelitian.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pengertian pemasaran, konsep pemasaran, bauran pemasaran, menganalisis pasar bisnis, dan pangsa pasar.

### **BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Dalam bab ini membahas sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi dan personalia, uraian tugas-tugas, bidang usaha, dan kegiatan pemasaran perusahaan.

### **BAB IV : PEMBAHASAN**

Dalam bab ini mencakup analisis dan pembahasan dari permasalahan yang ditulis oleh penulis.

### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan bab terakhir dari hasil penelitian yang mencakup kesimpulan dari pembahasan bab sebelumnya dan saran yang mungkin bermanfaat, sehingga perusahaan mendapatkan strategi dalam memperluas pangsa pasarnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan, Drs., dan Asri Marwan, Drs., Anggaran Perusahaan. Buku 1, Edisi Ketiga, Cetakan Kesepuluh, BPFE, Yogyakarta, 1998.
- Assauri, Sofjan, S.E., Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep, dan Strategi. Cetakan Kelima, Edisi Kesatu, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 1996.
- Golis, C Cristopher., Menjual dengan Empati. Cetakan Kesatu, Edisi Kedua, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1997.
- Hopkins, Tom., How to Master The Art of Selling, Menjual Secara Profesional. Cetakan Kedua, Edisi Kedua, Dahara Prize, Semarang, 2002.
- Keegan J. Warren, dan McDonald Malcolm H. B., Marketing Plans That Work. Edisi Kelima Penerbit Erlangga, Jakarta, 1999.
- Kotler, Philip., Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol. Buku 2, Edisi Sembilan, PT Prenhallindo, Jakarta, 1997.
- ....., Manajemen Pemasaran Edisi Millenium. Buku 1, PT Prenhallindo, Jakarta, 2002.
- ....., Swee Hoon Ang, Siew Meng Long, dan Chin Tiong Tan., Manajemen Pemasaran Perspektif Asia. Buku 1, Cetakan Kedua, Penerbit ANDI, Yogyakarta, 2000.
- Laemane, Lucky Nawva, "Usaha untuk Meningkatkan Pangsa Pasar Penjualan Biji Plastik pada PT Makmur Abadi Plastik", Skripsi. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya, 2002.

Smith P. R., Great Answers to Tough Marketing Question. Edisi Ketiga Penerbit Erlangga, Jakarta, 2001.

Stanton, William J., Prinsip Pemasaran. Jilid Kesatu, Edisi Ketujuh, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1996.

Swastha, Basu, Drs., Azas-Azas Marketing. Edisi Ketiga, Penerbit LIBERTY, Yogyakarta, 1990.

Tjiptono, Fandy., Strategi Pemasaran. Edisi Kedua, Cetakan Keenam, Penerbit ANDI, Yogyakarta, 2002.