

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Perusahaan

1.1.1 Profil Umum Perusahaan



Gambar 1.1

Logo CV Angkasa Group

CV Angkasa Group sudah berdiri pada tanggal 13 Januari 1966 di Bandung. Pendiri perusahaan ini adalah Bapak H. Oemar Bakri Dt. Tan Besar. Bidang usaha pertama yang ditekuni adalah penerbitan buku. Adapun buku pertama yang diterbitkan adalah karya proklamator RI, Bung Hatta. Saat ini, CV Angkasa Group bergerak di bidang penerbitan buku dan percetakan. Dengan tujuan menyediakan sarana pendidikan, terutama buku, perusahaan ini menerbitkan buku-buku untuk segala jenis ilmu dan semua tingkat pendidikan. Penerbit Angkasa dikenal dengan nama general publisher, karena dengan kiprahnya selama lebih dari 30 tahun, CV Angkasa Group telah menerbitkan buku ajar (buku pelajaran) untuk tingkat SD, SLTP, SMU/SMK dan perguruan tinggi. Untuk melengkapi sumber referensi bagi masyarakat umum, CV Angkasa Group menerbitkan buku-buku dari subjek yang sangat beragam.

Dalam rangka mengembangkan penerbitan, CV Angkasa Group menjalin kerjasama dengan penerbit luar negeri untuk penerbitan buku-buku asing di dalam bahasa Indonesia. Saat ini, angkasa bekerjasama dengan Kedutaan Besar Amerika Serikat di Jakarta melalui USIS (United States Information Services) dalam penerbitan buku-buku dari penerbit Amerika Serikat. Penerbitan buku dengan USIS ini khususnya dalam subjek ilmu politik, hukum, sosial, budaya, dan militer. Bidang usaha penerbitan ini dikelola oleh tenaga-tenaga ahli yang profesional dalam bidangnya. Aktifitas usaha percetakan yang pada awalnya dimaksudkan sebagai penunjang dalam pengembangan penerbitan, saat ini telah berkembang pesat. Percetakan CV Angkasa Group dilengkapi dengan mesin-mesin cetak dalam bentuk cetak lembaran (*sheet*) dan mesin roll (*web*), di samping sarana pendukung percetakan seperti kantor, gudang, dan mesin pracetak. Lokasi percetakan CV Angkasa Group berada di dua tempat, yaitu di Jalan Kiara Condong dan Jl. Mekarsari, Ujung Berung, Bandung.

Usaha percetakan ini telah banyak mengerjakan pencetakan, khususnya buku, dari instansi swasta dan pemerintah, khususnya pencetakan buku Depdiknas dan Depag. Selama aktivitas usahanya ini, CV Angkasa Group telah banyak menangani proyek-proyek pengadaan/penggandaan buku dari pemerintah. Perusahaan ini pernah mengerjakan penggandaan buku dari Proyek Bank Dunia. Untuk lebih mengefektifkan pendistribusian buku-buku terbitan CV Angkasa Group kepada pembaca, CV Angkasa Group menempatkan cabang/perwakilan yang tersebar hampir di seluruh Indonesia, yaitu Jakarta, Bandung, Semarang, DI Yogyakarta, Malang, Surabaya, Medan, Pekanbaru, Padang, Jambi, Palembang, dan Bandar Lampung.

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

CV Angkasa Group memiliki Visi, dan Misi sebagai berikut :

a. Visi Perusahaan

Menjadi perusahaan penyedia sarana pendidikan.

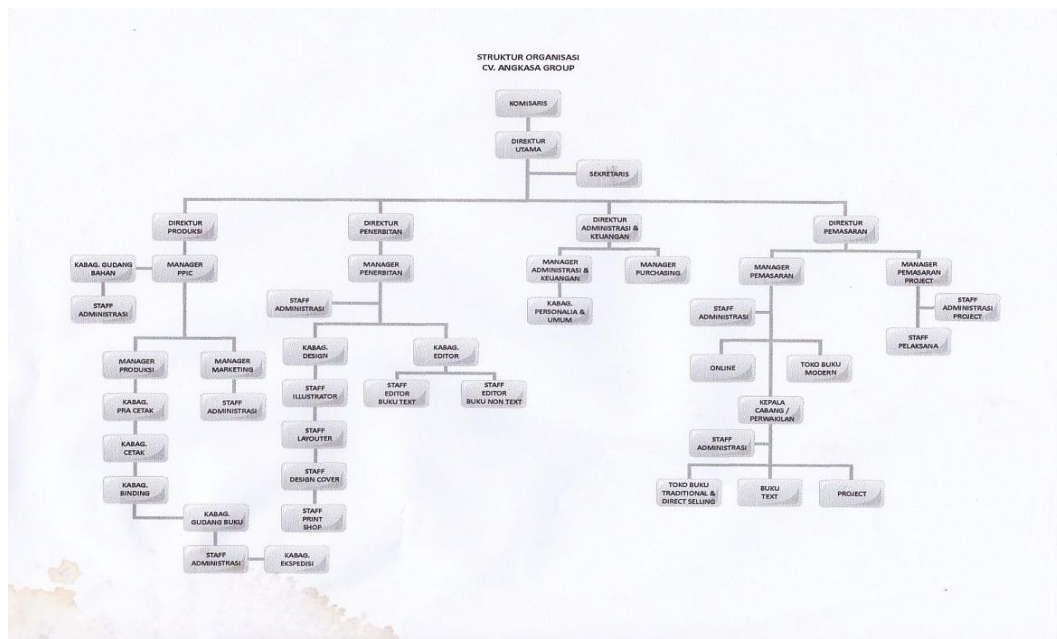
b. Misi Perusahaan

Adapun misi dari CV Angkasa Group sebagai berikut :

1. Menerbitkan buku-buku untuk segala jenis ilmu dan semua tingkat pendidikan.
2. Melengkapi sumber referensi bagi masyarakat umum di segala bidang kehidupan.
3. Memberikan edukasi dan wawasan bagi kalangan pelajar dan umum.
4. Melakukan kerjasama dengan pihak asing untuk memberikan edukasi dan wawasan serta cara pandang pemikiran yang lebih luas

1.1.3 Struktur Organisasi CV Angkasa Group

Dalam pelaksanaan stuktur CV Angkasa Group terdapat pengelompokkan kerja agar seluruh kegiatan usaha berjalan dengan lancar. Adapun struktur unit kerja yang terdapat pada CV Angkasa Group.



Gambar 1.2

Struktur Organisasi CV Angkasa Group

(Sumber : Manajer Pemasaran CV Angkasa Group)

1.1.4 Penjelasan Struktur Organisasi dan Penugasan Kerja di Bidang

Pemasaran

a. Kepala Cabang Pemasaran

1. Membuat perencanaan pemasaran secara menyeluruh, khususnya cabang pemasaran retail, dan toko buku tradisional.
2. Menjalin hubungan baik dengan para pelanggan dan pimpinan toko buku
3. Melakukan koordinasi antar bagian di Direktorat Pemasaran dan bagian yang ada di Direktorat lainnya di CV. Angkasa Group

b. Administrasi Marketing

1. Membuat rekap faktur penjualan
2. Membantu menerima pesanan melalui telepon untuk disampaikan kepada salesman
3. Membuat, mengelola, dan selalu mengupdate data base pelanggan
4. Bertanggung jawab atas kinerjanya kepada Kepala Cabang

c. Penata Faktur

1. Menyerahkan copy faktur yang telah diotorisasi ke Administrasi Keuangan Cabang
2. Menjalin hubungan kerja yang baik dengan setiap bagian yang ada di cabang serta kantor pusat
3. Memilah faktur berdasarkan kode transaksi
4. Bertanggung jawab atas kinerjanya kepada Kepala Cabang, cq. Administrasi Penjualan

d. Ekspedisi

1. Melakukan pengiriman buku atas dasar Surat Pesanan
2. Menjaga agar buku yang dikirim aman dari kerusakan dan kehilangan
3. Membuat laporan atas buku yang telah dikirim setiap bulan atau setiap minggu
4. Memastikan bahwa buku yang dikirim telah sampai dan diterima oleh pembeli/pelanggan.

e. Gudang

1. Menjaga kebersihan lingkungan gudang
2. Melaksanakan penghitungan fisik/stock opname secara berkala, minimal 3 (tiga) bulan sekali
3. Menjaga keamanan barang/buku baik dari kehilangan maupun kerusakan
4. Membuat laporan penerimaan dan pengeluaran buku setiap bulan

f. Marketing/Sales

1. Bertanggung jawab atas kelancaran pembayaran oleh pelanggan
2. Membuat laporan harian berupa hasil kunjungan, prospek yang diperoleh, dan kemungkinannya untuk membeli buku yang ditawarkan
3. Bertanggung jawab terhadap pencapaian target yang telah ditetapkan
4. Melakukan koordinasi dengan bagian lain yang terkait dengan penjualan buku

g. Marketing Tk. Buku Tradisional

1. Melakukan kegiatan pemasaran buku-buku untuk toko buku tradisional
2. Membuat dan menetapkan target penjualan Salesman
3. Melakukan koordinasi dengan bagian keuangan dalam melakukan penagihan hutang
4. Membuat laporan mengenai kegiatan Pemasaran Buku untuk disampaikan ke Kepala Cabang

h. Marketing Direct Selling

1. Melakukan kegiatan pemasaran buku-buku langsung kepada konsumen
2. Mengkoordinir aktivitas para Salesman dalam melakukan pemasaran, dan membantu memberikan solusi terhadap hambatan-hambatan yang dihadapi salesman serta mendukung upaya-upaya terobosan yang dilakukan Salesman
3. Menjalin hubungan yang baik dengan para pelanggan
4. Membuat laporan mengenai kegiatan Pemasaran Buku untuk disampaikan ke Kepala Cabang

i. Administrasi & Keuangan Cabang

1. Mengirim melalui e-mail data base faktur penjualan ke *accounting* pusat
2. Melakukan pengecekan atas kebenaran seluruh pengeluaran uang berdasarkan dokumen
3. Membuat laporan keuangan cabang setiap minggu untuk disampaikan ke kantor pusat
4. Memasukkan seluruh data transaksi ke dalam program komputer,serta menyerahkan asli dokumen ke *accounting* pusat

j. Piutang Cabang

1. Mengkoordinir pencatatan piutang secara tepat dan aman
2. Membuat laporan penerimaan hasil penjualan buku yang telah disetor ke bank
3. Melakukan analisa terhadap umur piutang
4. Menjalin hubungan kerja yang baik dengan setiap bagian di cabang, serta kantor pusat

k. Kas Cabang

1. Memastikan transfer penerimaan biaya operasional dikirim dari kantor pusat tepat waktu dan sesuai dengan anggaran yang diajukan
2. Memastikan pengeluaran telah sesuai dengan anggaran yang ada
3. Melakukan penyetoran, transfer, dan menyiapkan uang tunai/*cash*
4. Menjaga kerahasiaan keuangan perusahaan, dan melaporkan indikasi penyimpangan dalam kas

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia pendidikan saat ini sudah mengalami perkembangan yang sangat pesat, terlebih pada era modern saat ini dimana buku telah melakukan perubahan mengikuti seiring dengan zaman yang sedang berjalan. Sebagaimana yang kita ketahui bahwa buku adalah jendela dunia, tidak berlebihan memang mengenai filosofi tersebut

karena memang sebelum masuk ke era modern saat ini, buku menjadi sumber informasi yang paling terpercaya terutama di bidang akademik.

Buku saat ini tidak hanya berbentuk konvensional saja, tetapi untuk sekarang ini sudah banyak buku dalam bentuk digital yang dapat diakses melalui website serta dapat mengunggahnya dan dapat dibaca sendiri. Dengan memanfaatkan teknologi yang ada, maka seseorang bisa membaca buku secara digital tanpa perlu khawatir membawa buku yang bertumpuk-tumpuk. Meski buku digital kini mulai disenangi, kehadiran buku konvensional juga masih diperhitungkan. Bagi orang-orang yang kurang akrab dengan teknologi, mungkin buku konvensional yang menjadi pilihannya.

Di antara dua bentuk buku yang berbeda, masing-masing terdapat sisi positif serta negatif yang dimiliki keduanya. Dilihat dari segi buku konvensional yang kurang efisien karena banyak memerlukan tempat. Ditinjau dari segi positifnya buku konvensional dapat ditandai menggunakan stabilo apabila terdapat kata-kata yang ingin diambil.

Sementara ada juga keuntungan yang dimiliki dari buku digital yakni praktis dan mudah dibawa dimana saja dan harga yang ditawarkan pun cenderung lebih murah dibandingkan dengan buku konvensional. Dan buku digital memiliki kekurangan yaitu apabila terdapat kata-kata yang penting tidak dapat ditandai ([http://news.okezone.com/diakses tanggal 18 September 2016](http://news.okezone.com/diakses_tanggal_18_September_2016)).

Buku berbentuk konvensional dan buku digital tersebar hampir seluruh negara di dunia. Salah satu negara yang memiliki kedua jenis buku tersebut adalah Indonesia. Indonesia merupakan negara tempat kedua jenis buku tersebut berada, dimana buku-buku tersebut tersebar dan dapat dijumpai hampir di seluruh wilayah di Indonesia. Tetapi dengan penyebaran buku yang ada hampir di seluruh wilayah, Indonesia bisa dikatakan negara yang tidak semua penduduknya mempunyai dasar pendidikan. Dengan kondisi tersebut tentu tidak semua buku yang tersebar itu dapat dibaca oleh penduduk di Indonesia. Hal ini yang menyebabkan buku di Indonesia masih belum bisa merata tersebar dan dibaca oleh penduduk Indonesia.

Dengan melihat kondisi tersebut tentunya bahan pembelajaran untuk proses pendidikan tidak dapat terdistribusikan secara langsung kepada seluruh penduduk atau seluruh konsumen yang menggunakan buku. Bahan pembelajaran tersebut bisa dalam bentuk sebuah buku ataupun sebuah artikel yang diberikan oleh pengajar. Hal ini tentu saja mempengaruhi minat baca dari penduduk serta konsumen yang membaca buku di Indonesia itu sendiri.

Menurut data UNESCO yang mengatakan bahwa “Minat baca di Indonesia hanya 0,001 persen saja” (www.gobekasi.pojoksatu.id diakses tanggal 18 September 2016). Hal ini dapat diartikan bahwa dari seribu masyarakat hanya ada satu masyarakat yang memiliki minat membaca. Hal ini diperkuat dengan pendapat yang diberikan oleh Kepala Biro Komunikasi Layanan Masyarakat (BKLM) Kemendikbud yang menegaskan bahwa “Minat baca literasi masyarakat Indonesia masih sangat tertinggal dari negara lain”.

Hal tersebut, menurut Asianto “Kemampuan baca masyarakat Indonesia masih setara dengan negara Afrika Selatan”. Hasil riset dari *Program for International Student Assessment* (PISA) menyatakan rata-rata nilai literasi suatu negara adalah 493, sementara nilai literasi Indonesia hanya sekitar 396 (www.jawapos.com diakses tanggal 18 September 2016).

Dengan kondisi tersebut dapat dipastikan buku tidak terdistribusikan dengan baik ke seluruh konsumen yang ada di Indonesia. Padahal untuk saat ini buku sudah banyak dicetak serta didistribusikan oleh perusahaan pencetakan buku ke seluruh Indonesia. Sebagaimana yang kita ketahui bahwa saat ini sudah banyak penerbit-penerbit buku yang banyak bermunculan di berbagai wilayah nusantara.

Seperti yang dikutip dari (<http://www.ikapi.org> diakses tanggal 27 September 2016) jumlah penerbit yang ada di Indonesia dapat dikategorikan seperti berikut ini :

Tabel 1.1
Data Penyebaran Penerbit di Indonesia

No.	Wilayah	Jumlah			
		2012	2013	2014	2015 (Perbulan Juni)
1	DKI Jakarta	450	473	497	504
2	Jawa Barat	227	249	273	278
3	Jawa Tengah	131	136	145	145
4	Yogyakarta	144	148	156	159
5	Jawa Timur	80	85	89	91
6	Sumatera Selatan	1	1	1	1
7	Kalimantan Barat	11	13	13	13
8	Sulawesi Selatan	1	1	1	1
9	Sulawesi Tengah	10	10	11	12
10	Bali	3	3	3	3
11	Banten	1	1	1	1
12	Sumatera Barat	11	11	12	12
13	Nanggroe Aceh Darussalam	3	3	3	3
14	Sumatera Utara	1	1	1	1
15	Riau	16	16	16	16
16	Jambi	4	4	4	4
17	Kalimantan Selatan	2	2	2	2
18	Kalimantan Timur	6	9	13	14

19	Kalimantan Tengah	1	1	1	1
20	Sulawesi Utara	22	22	22	22
21	NTT	10	10	10	10
22	NTB	11	14	18	18
23	Papua	8	8	8	8
24	Lampung	2	5	5	5
25	Batam	2	2	2	2
26	Gorontalo	0	0	2	2
TOTAL		1158	1228	1309	1328

(Sumber : <http://www.ikapi.org/statistik> diakses 27 September 2016)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa jumlah penerbit selama tiga tahun terakhir mengalami peningkatan hampir di tiap provinsi yang tersebar di seluruh Indonesia. Dapat dilihat bahwa jumlah penerbit paling banyak berada di DKI Jakarta dengan jumlah 504, Kedua ditempati oleh Jawa Barat dengan jumlah 278, lalu diikuti dengan Yogyakarta dengan jumlah 159, Keempat ditempati oleh Jawa Tengah dengan jumlah sebanyak 146 dan terakhir ditempati oleh Jawa Timur dengan jumlah perusahaan sebanyak 91. Sedangkan untuk jumlah penerbit paling sedikit berada di Kalimantan Tengah, Sumatera Selatan, Sulawesi Selatan, Banten serta Sumatera Utara dengan jumlah masing-masing sebanyak satu perusahaan percetakan dan penerbit buku saja.

Dengan jumlah yang begitu banyak perusahaan pencetakan dan penerbit buku yang tersebar di seluruh Indonesia tersebut, maka mereka saling berlomba menawarkan produk ke konsumen dengan cara menarik konsumen tersebut untuk membeli serta mengenal produk buku yang mereka tawarkan. Tentu mereka semua

mempunyai segmen-segmen yang berbeda satu sama lain, tetapi ada juga perusahaan penerbit buku yang berada pada segmen-segmen pasar yang sama.

Pada dasarnya tidak semua konsumen mengetahui penerbit-penerbit yang awam bagi mereka, karena mereka sudah terbiasa membaca serta membeli buku dari penerbit-penerbit terkemuka seperti Erlangga, Gramedia, Grafindo, Andi Yogyakarta. Para konsumen sudah mempunyai kebiasaan apabila membeli buku hanya kepada penerbit-penerbit tersebut dengan kelebihan yang mereka tawarkan di dalam sebuah buku.

Perusahaan-perusahaan penerbit tersebut lebih cenderung banyak terdapat di kota-kota besar seperti DKI Jakarta, Jawa Barat, Yogyakarta, Jawa Tengah, serta Jawa Timur karena dengan tersebarnya perusahaan-perusahaan tersebut di kota besar diharapkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang ingin membaca buku. Tidak terkecuali di kota besar seperti Bandung yang berada di Jawa Barat.

Bandung pada saat ini memiliki perusahaan-perusahaan penerbit buku sebanyak 204 buah yang tersebar di seluruh wilayah Bandung (<http://ikapijabar.com> diakses tanggal 27 September 2016). Dari jumlah seluruh perusahaan penerbit buku yang ada di Jawa Barat mayoritas perusahaan tersebut tersebar di wilayah Bandung. Salah satu perusahaan penerbit yang ada di Bandung adalah CV Angkasa Group.

CV Angkasa Group adalah sebuah perusahaan penerbit dan percetakan buku yang berdiri sejak 30 tahun lalu dan bergerak di bidang penerbitan buku dan percetakan. CV Angkasa Group mempunyai tujuan untuk menyediakan sarana pendidikan, terutama buku, dan perusahaan ini menerbitkan buku-buku untuk segala jenis ilmu dan semua tingkat pendidikan. Selama 30 tahun CV Angkasa Group telah menerbitkan buku ajar (buku pelajaran) untuk tingkat SD, SLTP, SMU/SMK dan perguruan tinggi. Untuk melengkapi sumber referensi bagi masyarakat umum, CV Angkasa Group menerbitkan buku-buku dari subjek yang sangat beragam.

Bidang usaha penerbitan ini dikelola oleh tenaga-tenaga ahli yang profesional dalam bidangnya. Aktifitas usaha percetakan yang pada awalnya dimaksudkan sebagai penunjang dalam pengembangan penerbitan, saat ini telah berkembang pesat. Percetakan CV Angkasa Group dilengkapi dengan mesin-mesin cetak dalam bentuk

cetak lembaran (*sheet*) dan mesin roll (*web*) (<http://www.angkasagroup.id> diakses tanggal 22 September 2016).

Dalam rangka mendukung pemerintah dalam meningkatkan minat membaca di Indonesia tentu CV Angkasa Group saat ini aktif dalam ikut serta mendukung program pemerintah tersebut. Salah satunya melalui usaha promosi yang dilakukan oleh CV Angkasa Group itu sendiri. CV Angkasa Group menyadari bahwa promosi merupakan bagian penting dalam aktivitas pemasaran untuk menarik minat konsumen membaca buku. Tingginya tingkat persaingan antar perusahaan-perusahaan penerbit buku yang ada di Bandung saat ini.

Mengingat persaingan yang ketat pada saat ini, dimana banyak terdapat perusahaan-perusahaan penerbit yang ada di Bandung seperti CV ALFABETA, CV CIPTA CEKAS GRAFIKA, EPSILON GROUP, dan lain-lain menyebabkan konsumen memiliki banyak pilihan untuk membeli produk buku pada salah satu perusahaan penerbit yang ada di Bandung. Hal ini akan bergantung pada kualitas serta fitur-fitur yang ditawarkan di dalam buku tersebut, baik dari segi bahan materi yang terdapat di dalam buku tersebut, sampul depan buku tersebut ataupun kebutuhan para konsumen pada saat ini.

Dapat dilihat bahwa terdapat persaingan diantara perusahaan percetakan-percetakan yang ada di Bandung. Berikut ini adalah tabel Apabila dilihat dari CV ALFABETA dengan CV Angkasa Group

Tabel 1.2

Tabel perbandingan CV Angkasa Group dan CV ALFABETA

CV Angkasa Group	CV ALFABETA
Website masih kurang memadai informasi mengenai katalog produk buku yang dijual	Website sudah memadai dengan memberikan informasi mengenai katalog produk buku yang dijual secara lengkap
Harga buku yang ditawarkan berkisar antara Rp. 11.400 – Rp.144.700	Harga buku yang ditawarkan berkisar antara Rp. 6.000 – Rp. 160.000

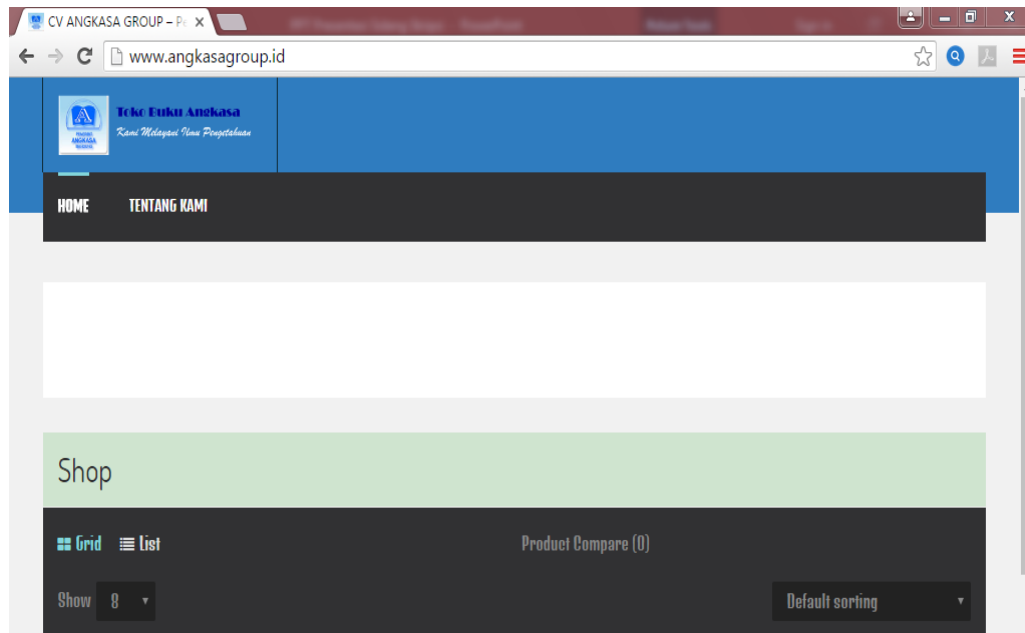
Tidak dapat menerima pesanan yang berhubungan dengan desain grafis, seperti pembuatan kartu undangan, kartu nama, desain cover buku, dan lain-lain	Dapat melayani pesanan yang berhubungan dengan desain grafis
Produk yang ditawarkan masih belum lengkap seperti buku filsafat, geografi, akuntansi, kewirausahaan, statistika, buku penelitian serta buku saku.	Produk yang ditawarkan sudah lengkap dengan pelajaran yang dibutuhkan dalam bidang pendidikan.
Tata peletakkan perusahaan berada di dalam sebuah jalan kecil bukan berada pada jalan utama, sehingga tidak banyak konsumen yang mengetahui CV Angkasa Group	Letak perusahaan berada di jalan utama, sehingga dapat memudahkan konsumen untuk membeli produk mereka
Terdapat buku ensiklopedia yang dijual oleh CV Angkasa Group	Tidak menjual buku ensiklopedia

Sumber : Data yang diolah oleh peneliti

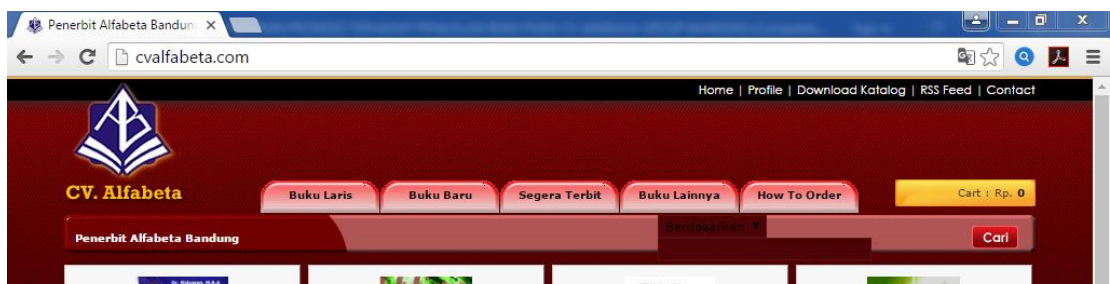
Dapat dilihat dari tabel 1.2 diatas bahwa terdapat perbedaan diantara CV Angkasa Group dengan CV ALFABETA. Apabila dilihat dari segi website CV ALFABETA masih unggul karena sudah memberikan informasi mengenai harga produk yang ditawarkan, sedangkan CV Angkasa Group masih belum memberikan informasi mengenai harga produk yang ditawarkan di dalam website. Selain itu CV Angkasa Group tidak dapat menerima pesanan dalam bentuk desain grafis, sedangkan CV ALFABETA dapat menerima pesanan dalam bentuk desain grafis. Dalam hal produk yang ditawarkan CV ALFABETA masih lebih unggul dibandingkan dengan CV Angkasa Group karena CV Angkasa Group tidak memiliki buku seperti buku filsafat, geografi, akuntansi, kewirausahaan, buku penelitian serta buku saku. Tetapi ada keunggulan dari CV Angkasa Group yaitu dari segi buku untuk anak-anak yang tidak dimiliki oleh CV ALFABETA. Dilihat dari segi lokasi perusahaan, CV Angkasa Group berada tidak di jalan utama, sedangkan CV ALFABETA berada di jalan utama dengan kondisi tersebut konsumen akan lebih mudah untuk membeli produk buku CV ALFABETA dibandingkan dengan CV Angkasa Group.

Dengan kondisi tersebut tentu CV Angkasa Group masih kalah bersaing dengan CV ALFABETA. Hal ini tentunya dapat mempengaruhi konsumen itu sendiri untuk membeli produk dari CV Angkasa Group, karena produk yang mereka tawarkan masih belum lengkap. CV Angkasa Group harus mempersiapkan diri untuk lebih meningkatkan promosi mereka agar konsumen membeli produk yang mereka tawarkan. Berikut ini adalah gambaran dari promosi yang dilakukan oleh CV Angkasa Group :

Website CV Angkasa Group (www.angkasagroup.id)



Website CV ALFABETA (<http://cvalfabeta.com/>)



Gambar 1.1
Promosi CV Angkasa Group

Gambar 1.3
Perbandingan Website CV Angkasa Group dan CV ALFABETA

Dapat dilihat dari gambar 1.3 CV Angkasa Group sudah melakukan kegiatan promosi seperti katalog, salesperson, serta website dimana mereka menjual produk yang ditawarkan kepada konsumen. Namun promosi yang dilakukan oleh CV Angkasa Group masih belum maksimal. Hal ini dapat dilihat dari penjualan produk buku yang ditawarkan CV Angkasa Group masih cenderung naik serta turun secara fluktuatif. Berikut ini adalah data penjualan CV Angkasa Group dimulai dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2015.

Tabel 1.3
Jumlah Penjualan Buku di CV Angkasa Group Tahun 2010 - 2015

No	Tahun	Pendapatan Bruto	Pendapatan Netto
1	2010	Rp. 6.724.088.700	Rp. 3.378.143.970
2	2011	Rp. 34.757.233.450	Rp. 16.415.025.231
3	2012	Rp. 24.422.334.890	Rp. 8.545.664.950
4	2013	Rp. 25.459.800.700	Rp. 11.842.812.315
5	2014	Rp. 27.313.406.850	Rp. 2.463.633.369
6	2015	Rp. 28.989.841.270	Rp. 3.215.982.259

(Sumber : Manajer Pemasaran CV Angkasa Group)

Berdasarkan Tabel 1.3 diatas dapat dilihat bahwa data penjualan buku yang dilakukan CV Angkasa Group mengalami kenaikan serta penurunan yang fluktuatif pada setiap periode satu tahun. Pada Tahun 2011 penjualan buku mengalami kenaikan yang signifikan yakni sebesar 385,92%, kemudian pada tahun 2012 penjualan buku mengalami penurunan lebih dari setengah persen yakni sebesar 47,94%. Pada tahun 2013 penjualan buku di CV Angkasa Group mengalami peningkatan kembali sebesar 38,58%. Ketika tahun 2014 penjualan buku mengalami penurunan yang begitu signifikan yakni sebesar 79,19%. Pada tahun 2015 penjualan buku di CV Angkasa Group mengalami peningkatan kembali sebesar 30,54%.

Dengan melihat kondisi tersebut tentu CV Angkasa Group masih belum maksimal dalam melakukan promosi untuk menawarkan produk mereka kepada konsumen karena penjualan mereka yang cenderung fluktuatif dari tahun ke tahun. Dengan adanya promosi diharapkan sebuah produk dapat dibeli oleh konsumen.

Melalui observasi yang dilakukan penulis terhadap CV Angkasa Group , maka fenomena ini dapat dilanjutkan sebagai penelitian karena mayoritas konsumen yang membeli buku dari penerbit CV Angkasa Group cenderung masih lebih sedikit dibandingkan dengan penerbit lainnya yang berada di Bandung dengan melihat perbandingan antara CV Angkasa Group dan CV ALFABETA.

Hal itu dibuktikan dengan data jumlah penjualan buku di CV Angkasa Group tahun 2010 – 2015 serta perbandingan antara CV Angkasa Group dengan CV

ALFABETA. Dimana CV Angkasa Group sudah melakukan promosi seperti pembuatan katalog, *personal seller*, website resmi CV Angkasa Group. Tetapi penjualan yang dilakukan oleh CV Angkasa Group masih cenderung fluktuatif.

Berdasarkan dari hasil penelitian sebelumnya yang meneliti mengenai permasalahan bauran promosi terhadap penjualan perusahaan penerbit seperti penelitian Nike Herawati (2016) yang mempunyai kesimpulan bahwa “Hasil koefisien determinasi sebesar 0,989. Hal ini menunjukkan bahwa 98,9 % volume penjualan dapat dijelaskan oleh variabel periklanan, personal selling dan promosi penjualan, sedangkan 1,1 % sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya”.

Dengan acuan dasar dari penelitian sebelumnya yang sudah diteliti, maka penulis mengambil judul : **“Pengaruh Bauran Promosi terhadap Penjualan Buku Pada CV Angkasa Group”**

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan penelitian mengenai perusahaan dan percetakan buku di CV Angkasa Group, penulis mencoba untuk merumuskan beberapa permasalahan yang ada, antara lain :

1. Bagaimana bauran promosi di CV Angkasa Group ?
2. Bagaimana tingkat penjualan di CV Angkasa Group ?
3. Bagaimana pengaruh bauran promosi secara parsial terhadap tingkat penjualan di CV Angkasa Group ?
4. Bagaimana pengaruh bauran promosi secara simultan terhadap tingkat penjualan buku pada CV Angkasa Group ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian pada perusahaan penerbit dan percetakan buku CV Angkasa Group ini antara lain :

1. Untuk mengetahui bauran promosi di CV Angkasa Group.

2. Untuk mengetahui tingkat penjualan di CV Angkasa Group.
3. Untuk mengetahui pengaruh bauran promosi secara parsial terhadap tingkat penjualan di CV Angkasa Group.
4. Untuk mengetahui pengaruh bauran promosi secara simultan terhadap tingkat penjualan di CV Angkasa Group.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Ilmiah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperkaya keilmuan di bidang pemasaran, khususnya yang terkait dengan dengan pemasaran, penjualan produk, serta bauran promosi. Disamping itu penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan untuk peneliti selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan kepada Manajer Pemasaran di perusahaan penerbit dan percetakan buku CV Angkasa Group terhadap penjualan produk buku yang mereka jalani.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab I berisi mengenai tinjauan terhadap objek penulisan, latar belakang, perumusan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat dari penelitian, beserta sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab II berisi teori-teori yang mendukung penelitian ini serta menceritakan kerangka teori dari penulisan ini

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab III berisi mengenai jenis penelitian, operasionalisasi variabel, desain kuesioner dan skala pengukuran, jenis dan teknik pengumpulan data, teknik sampling, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian, dan tahapan penelitian.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV menceritakan hasil dan pembahasan mengenai karakteristik responden dilihat dari berbagai aspek, membahas dan menjawab rumusan masalah serta hasil perhitungan analisis data yang telah dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab V ini berisi mengenai kesimpulan dari hasil analisis pada bab sebelumnya, beserta saran bagi perusahaan dan saran bagi penelitian selanjutnya.