

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pada saat ini dunia pendidikan semakin berkembang dengan adanya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Pendidikan adalah proses interaksi yang bertujuan. Interaksi terjadi antara guru dengan peserta didik, yang bertujuan meningkatkan perkembangan mental sehingga menjadi mandiri dan utuh. Secara umum dapat dikatakan bahwa pendidikan merupakan satuan tindakan yang memungkinkan terjadi belajar dan perkembangan.

Dalam dunia pendidikan buku teks pelajaran adalah salah satu faktor yang sangat penting. Dengan buku teks pelajaran peserta didik dapat memperoleh pengetahuan yang baru. Buku teks pelajaran adalah buku acuan wajib untuk digunakan di sekolah yang memuat materi pembelajaran dalam rangka peningkatan keimanan dan ketakwaan, budi pekerti dan kepribadian, kemampuan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi, kepekaan dan kemampuan estetis, potensi fisik dan kesehatan yang disusun berdasarkan standar nasional pendidikan.

Buku teks pelajaran digunakan sebagai acuan wajib oleh guru dan peserta didik dalam proses pembelajaran. Selain buku teks pelajaran guru menggunakan buku panduan pendidik dan dapat menggunakan buku pengayaan, dan buku referensi dalam proses belajar mengajar. Untuk menambah pengetahuan dan wawasan peserta

didik, guru dapat mengajurkan peserta didik membaca buku pengayaan dan buku referensi.

Begitu pentingnya sehingga leluhur bangsa Indonesia menciptakan ungkapan “membaca adalah kunci ilmu, sedangkan gudang ilmu adalah buku”. Selain itu juga buku dapat menunjang proses belajar mengajar secara efektif di sekolah. Buku dapat memberikan pengarahan kepada guru dan peserta didik sesuai dengan kurikulum yang berlaku. Tetapi tidak semua peserta didik mampu memiliki buku karena keadaan ekonomi yang berbeda-beda.

Guru dan sekolah membantu siswa yang tidak mampu memiliki buku. Hal ini ditegaskan dalam Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2005 Tentang buku teks pelajaran Pasal 8 ayat 3 yang berisi: “ Untuk membantu peserta didik yang tidak mampu memiliki akses ke buku teks pelajaran, satuan pendidikan wajib menyediakan paling sedikit 10 (sepuluh) eksemplar buku teks pelajaran untuk setiap mata pelajaran pada setiap kelas, untuk dijadikan koleksi perpustakaan”.

Dengan disediakannya buku teks pelajaran di perpustakaan mempermudah siswa yang tidak memiliki buku teks pelajaran untuk mendapatkan pengetahuan. Sehingga siswa yang tidak memiliki buku teks pelajaran mempunyai pengetahuan yang sama dengan siswa yang memiliki buku teks pelajaran.

Sedangkan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2005 Tentang buku teks pelajaran Pasal 9 berisi:”Guru, tenaga kependidikan, satuan pendidikan, atau komite sekolah tidak dibenarkan melakukan

penjualan buku kepada peserta didik”. Maksud dari pasal tersebut guru dan tenaga kependidikan lainya tidak diperbolehkan untuk melakukan penjualan buku kepada peserta didik.

Dua Pasal tersebut sangat mendukung guru dan sekolah yang ingin membantu peserta didik yang tidak mampu memiliki buku. Larangan penjualan buku di sekolah karena pemerintah tidak mau membebani peserta didik untuk membeli buku. Pemerintah ingin memudahkan peserta didik dengan cara sekolah menyediakan buku pada perpustakaan.

Peraturan tersebut memberikan kemudahan peserta didik untuk mendapat buku. Namun sebaliknya peraturan tersebut menimbulkan ketidakpastiaan pada percetakan buku. Sebelum adanya peraturan tersebut sekolah memesan buku dengan jumlah yang pasti sehingga percetakan mengalami keuntungan. Setelah adanya peraturan tersebut sekolah memesan buku dengan jumlah yang tidak pasti sehingga percetakan mengalami kerugian.

Kerugian tersebut dialami oleh semua percetakan yang menjual buku teks pelajaran. CV Angkasa adalah salah satu percetakan yang menjual buku teks pelajaran. Sehingga mengalami kerugian akibat diberlakukannya Peraturan Menteri tentang buku teks pelajaran. Dapat dilihat dari volume penjualan yang mengalami penurunan dari tahun 2005 ke tahun 2008 dapat ditunjukkan pada Tabel 1.1 pada halaman selanjutnya:

**TABEL 1.1**  
**VOLUME PENJUALAN BUKU PERCETAKAN CV ANGKASA**  
**PERIODE 2005-2006**

| Tahun | Qty     | Netto         | Persentase (%) |
|-------|---------|---------------|----------------|
| 2005  | 526.806 | 6.882.459.573 | -              |
| 2006  | 471.344 | 4.670.682.789 | 1,47           |
| 2007  | 329.941 | 3.269.477.953 | 1,42           |
| 2008  | 302.753 | 3.008.376.821 | 1,08           |

*Sumber : Percetakan CV Angkasa Bandung (Bagian Penjualan)*

Tabel 1.1 di atas, dapat di lihat bahwa volume penjualan buku percetakan CV Angkasa mengalami penurunan selama 4 tahun, hal ini membuktikan adanya keputusan pemerintah tentang larangan penjualan buku di sekolah sangat mempengaruhi penjualan buku pada percetakan CV Angkasa.

Karena adanya peraturan larangan menjual buku pada peserta didik. Sehingga percetakan CV Angkasa mengambil strategi lain dengan mengisi buku-bukunya pada perpustakaan sekolah. Percetakan bekerjasama dengan komite sekolah yang berhubungan dengan buku pelajaran. Hal ini juga ditegaskan dalam Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2005 tentang buku teks pelajaran, Pasal 10 ayat 1 yang berisi: "Pengadaan buku teks pelajaran, buku panduan guru, buku pengayaan, dan buku referensi untuk perpustakaan yang dilakukan oleh satuan pendidikan wajib mendapat pertimbangan komite sekolah".

Setiap konsumen dalam hal ini komite sekolah saat memilih suatu produk. Tidak langsung membeli begitu saja, akan tetapi mereka mengidentifikasi terlebih dahulu apa yang mereka butuhkan. Demikian pula dalam memilih produk baru. Jenis

buku, kualitas, dan segmen usia mempengaruhi proses pembelian konsumen sesuai apa yang mereka lakukan.

Apabila komite sekolah setuju dengan buku percetakan CV Angkasa, maka buku tersebut dibeli sekolah untuk pengadaan pada perpustakaan. Tetapi apabila komite sekolah tidak setuju dengan buku percetakan CV Angkasa, maka buku tersebut tidak dibeli oleh sekolah.

Selain mengisi perpustakaan sekolah CV Angkasa juga mempunyai strategi lain yang diterapkan selama ini. Strategi CV Angkasa dapat dilihat pada Tabel 1.2 berikut ini:

**TABEL 1.2**  
**STRATEGI PERUSAHAAN CV ANGKASA**

| NO | Nama Strategi Perusahaan | Persentase |
|----|--------------------------|------------|
| 1  | Promosi                  | 60%        |
| 2  | Produksi                 | 40%        |

*Sumber : Percetakan CV Angkasa*

Tabel 1.2 di atas menunjukkan strategi yang diterapkan Percetakan CV Angkasa: "Promosi yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, hubungan dengan masyarakat, penjualan langsung dan *personal selling*. Periklanan dilakukan dengan memberikan katalog mengenai harga buku-buku yang dijual. Promosi penjualan dilakukan dengan cara memberikan contoh buku gratis kepada calon pembeli percetakan CV Angkasa. Hubungan dengan masyarakat sekitar dilakukan dengan cara menanggulangi limbah dan polusi yang dihasilkan dari proses produksi buku. Penjualan secara langsung dilakukan dengan cara datang langsung ke tempat pemasar, dan melalui telepon. Percetakan CV Angkasa lebih memfokuskan pada *personal*

*selling*, karena *personal selling* merupakan komunikasi secara individual yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuan pemasaran”.(Hery Gustiana, Bag. Penjualan).

*Personal selling* adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya. (Fandy Tjiptono 2002:224).

Kegiatan penjualan yang dilakukan oleh *personal selling* (wiraniaga) kepada anggota komite SMA Negeri di kota Bandung adalah dengan persentasi penjualan, pertemuan penjualan, dan contoh (*sampel*). Persentasi penjualan dilakukan *personal selling* kepada komite SMA Negeri di kota Bandung yaitu dengan memberikan informasi kepada anggota komite sekolah mengenai produk-produk yang dijual. *Personal selling* melakukan persentasi penjualan dengan tujuan menghasilkan penjualan transaksi dan membangun hubungan dengan pelanggan.

Peretemuan penjualan dapat disebut juga kunjungan penjualan yang dilakukan oleh *personal selling* kepada anggota komite sekolah, mengukur hubungan jumlah kunjungan yang menghasilkan penjualan dan jumlah waktu kontak yang dibutuhkan pelanggan. Semakin tinggi jumlah kunjungan yang menghasilkan pesanan, produkpun semakin terdistribusi dengan baik.

Contoh produk (*sample*) adalah tawaran produk sejumlah tertentu untuk percobaan. Pemberian contoh kepada anggota komite sekolah merupakan cara yang efektif tetapi paling mahal untuk memperkenalkan produk baru. Semua kegiatan tersebut dilakukan untuk mempengaruhi pembeli untuk membeli produknya.

Melalui kegiatan tersebut, perusahaan dapat berkomunikasi secara tidak langsung dengan konsumen. Sehingga hasil akhir dari proses kegiatan tersebut diharapkan konsumen memilih untuk membeli produk yang ditawarkannya, daripada yang ditawarkan pesaing.

Ancaman bagi sebuah perusahaan dalam mempertahankan eksistensinya di dunia industri percetakan dan menuntut perusahaan untuk terus mempertahankan aktivitas maupun produktivitas yang maksimal dari para karyawannya demi kelangsungan eksistensi perusahaan, salah satunya dengan memaksimalkan *personal selling* (wiraniaga) yang posisinya sebagai ujung tombak dalam suatu perusahaan.

Apabila *personal selling* diterapkan dengan baik maka akan keputusan pembelian akan meningkat. Jika *personal selling* CV Angkasa tidak diterapkan dengan baik maka keputusan yang membeli buku pada percetakan CV Angkasa akan menurun.

Selain itu strategi promosi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan akan mempengaruhi bagaimana *personal selling* (wiraniaga) tersebut melakukan kegiatan untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Jika *personal selling* (wiraniaga) tersebut mempunyai kinerja dan keterampilan yang tinggi maka ia dapat menarik minat konsumen untuk membeli suatu produk.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka dirasakan perlu untuk melakukan penelitian tentang **Pengaruh *Personal Selling* terhadap keputusan sekolah untuk membeli buku pelajaran pada percetakan CV Angkasa Bandung.**

## 1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

### 1.2.1 Identifikasi Masalah

Permasalahan yang telah diuraikan berkaitan dengan munculnya Peraturan Menteri tentang buku teks pelajaran sehingga mengakibatkan penurunan volume penjualan pada percetakan CV Angkasa. Ini dapat berpengaruh pada keputusan pembelian sekolah.

Perusahaan perlu melakukan suatu pendekatan kepada komite sekolah melalui *personal selling*. Sehingga komite sekolah membeli buku teks pelajaran untuk mengisi perpustakaan sekolah.

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka yang menjadi tema sentral masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

**Karena ada Peraturan Menteri Tentang tidak dibenarkan melakukan penjualan buku disekolah, menyebabkan penurunan volume penjualan pada percetakan CV Angkasa. Situasi ini mengakibatkan *personal selling* percetakan CV Angkasa perlu melakukan pendekatan pada komite sekolah agar membeli buku teks pelajaran untuk mengisi perpustakaan dan mempengaruhi keputusan pembelian buku dengan cara meningkatkan *personal selling*.**

### 1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, dapat dirumuskan beberapa masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

- 1) Bagaimana tanggapan komite sekolah mengenai *Personal Selling* pada percetakan CV Angkasa.
- 2) Bagaimana tingkat keputusan pembelian bisnis buku komite sekolah pada percetakan CV Angkasa

- 3) Seberapa besar pengaruh *Personal Selling* terhadap keputusan pembelian bisnis buku pada percetakan CV Angkasa

### **1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Masalah**

Berdasarkan rumusan penelitian di atas, maka dirumuskan beberapa tujuan penelitian untuk memperoleh hasil temuan sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui pelaksanaan *personal selling* pada percetakan CV Angkasa.
- 2) Untuk mengetahui tingkat keputusan pembelian bisnis buku komite sekolah pada percetakan CV Angkasa.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh *personal selling* terhadap keputusan pembelian bisnis buku pada percetakan CV Angkasa

#### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan secara teoritis maupun praktis sebagai berikut :

- 1) Penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam aspek teoritis (keilmuan) yaitu bagi perkembangan Ilmu Ekonomi Manajemen, khususnya pada bidang Manajemen Pemasaran. Melalui *personal selling* mempengaruhi keputusan pembelian serta menganalisis tingkat pengaruh *personal selling* , sehingga diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan bagi para akademisi dalam mengembangkan teori-teori promosi.

- 2) Penelitian ini diharapkan juga memberikan sumbangan dan aspek praktis (guna laksana) yaitu memberikan sumbangan pemikiran bagi percetakan untuk mengetahui *personal selling* terhadap keputusan pembelian.
- 3) Hasil penelitian ini diharapkan juga sebagai informasi atau acuan sekaligus untuk memberikan rangsangan dalam melakukan penelitian selanjutnya tentang *personal selling* terhadap keputusan konsumen mengingat masih banyak yang belum terungkap dalam penelitian ini.

