SKRIPSI

ANALISIS PENJUALAN PUPUK UREA PADA PT.TIGA MANUNGGAL ABADI DI JALAN RAYA PASIR PUTIH KECAMATAN SIAK HULU KABUPATEN KAMPAR

Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau

Oleh :

RIAL HUTABARAT
155210951

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

PEKANBARU

2020

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

ANALISIS PENJUALAN PUPUK UREA PADA PT. TIGA MANUNGGAL ABADI DI JALAN RAYA PASIR PUTIH KECAMATAN SIAK HULU KABUPATEN KAMPAR

ABSTRAK

OLEH

RIAL HUTABARAT

penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang penyebab berfluktuasinya penjualan pupuk urea pada PT. Tiga Manunggal Abadi. Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, kuesioner dan observasi. Yang menjadi populasi penelitian ini adalah karyawan PT. Tiga Manunggal Abadi dan konsumen pupuk urea, dimana sampel diambil sebanyak 30 orang yang terdiri dari 10 orang konsumen toko dan warung, dan konsumen akhir 20 orang dengan menggunakan metode purposive. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi penjualan pupuk urea pada PT. Tiga Manunggal Abadi disebabkan oleh kondisi pasar yang begitu ketat, kondisi organisasi perusahaan yang kurang bagus,dan faktor lain yang mempengaruhi perusahaan. Untuk itu diharapkan perusahaan harus mampu membuat dan menjalankan suatu kebijakan di bidang penjualan dengan baik.

Kata Kunci Penjualan : Kondisi Pasar, Kondisi Organisasi Perusahaan, dan Faktor Lain

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Tuhan Yang Maaha Esa, atas segala rahmat karunia-Nya sehingga penulis diberikan kesempatan dan kemampuan untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau (UIR). Dengan keterbatasan kemampuan dan pola berfikir penulis serta keterbatasan waktu dan kesempatan, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **"ANALISIS PENJUALAN PUPUK UREA PADA PT. TIGA MANUNGGAL ABADI DI JALAN RAYA PASIR PUTIH KECAMATAN SIAK HULU KABUPATEN KAMPAR".**

Dalam penulisan skripsi ini tidak mungkin selesai tanpa adanya bantuan, dukungan, bimbingan, arahan, saran, dorongan atau motivasi dan doa dari berbagai pihak. Oleh kareana itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Firdaus Ar, SE., M. Si., AK.,CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang selalu berusaha membangun Fakultas Ekonomi kearah yang lebih baik.
2. Bapak Abd.Razak Jer,SE., M.Si, selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau,dan bapak Awliya Afwa, SE., MM, selaku sekretaris.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3. Bapak Kamar Zaman, SE., MM, selaku dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya sebagai tempat konsultasi, serta memberikan masukan dan arahan kepada penulis dalam menyempurnakan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Manajemen beserta Karyawan/ti Tata usaha Universitas Islam Riau yang telah banyak membantu penulis dari awal sampai penelitian ini selesai dan juga selama masa perkuliahan.
5. Kedua orang tua tercinta " Bapak dan Ibu" Tua Hutabarat dan Ati Mahulae, terima kasih atas doa restu, cinta dan kasih sayang kalian yang tiada batas, serta kesabaran dalam menunggu penulis menyelesaikan skripsi ini. Penulis hanya bias memberikan balasan ini atas segala pengorbanan yang telah dilakukan. Terima Kasih untuk segala-galanya.
6. Kepada keluargaku yang tersayang, buat adik-adikku Sania Elisabeth Hutabarat, Parulian Basana Hutabarat, Jeriko Hutabarat. Dan juga kakek dan nenek tersayang. Terima kasih banyak atas segala doa dan dukungannya.
7. Bapak Pimpinan, Karyawan/ti beserta staf PT. Tiga Manunggal Abadi dan Bapak Edi Musdar yang telah membantu penulis memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Terimakasih untuk teman-teman yang baik hati, Martalina Yanti br. Marbun, Bella Riska, Reni Yulianti, Mesra Juwita, Uswatun Hasanah, kalian memberikan dukungan yang sangat luar biasa kepada penulis skripsi ini.

Akhirnya atas semua bimbingan, petunjuk, dorongan, dan jasa-jasa dari semua pihak mudah-mudahan mendapat imbalan dari Tuhan Yang Maha Esa.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Dengan kerendahan hati penulis mengharapkan maaf yang sebesar-besarnya jika terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penulisan dan penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang sifatnya membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, Amin.

Pekanbaru, 27 Agustus 2020

Penulis

Rial Hutabarat

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **i**

KATA PENGANTAR ..... **ii**

DAFTAR ISI ..... **vi**

DAFTAR TABEL ..... **x**

DAFTAR GAMBAR ..... **xii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Perumusan Masalah 7

1.3 Tujuan dan Manfaat penelitian 7

a. Tujuan Penelitian 7

b. Manfaat Penelitian 7

1.4 Sistematika Penulisan 8

BAB II TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS **10**

2.1. Pengertian Penjualan 10

2.2. Jenis-Jenis Penjualan 12

2.3. Konsep Penjualan 13

2.4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan 14

2.5. Faktor Penurunan Volume Penjualan 16

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2.6. Pangsa Pasar Penjualan 19

2.7. Tahap-Tahap Penjualan 21

2.8. Cara Penjualan 24

2.9. Penelitian Terdahulu 29

2.10. Kerangka Pemikiran 31

2.11. Hipotesis 31

2.12. Variabel Penelitian 32

BAB III METODE PENELITIAN 33

3.1. Lokasi Penelitian 33

3.2. Operasional Variabel 33

3.3. Populasi Dan Sampel 34

3.4. Jenis Dan Sumber Data 34

3.5. Teknik Pengumpulan Data 34

3.6. Analisis Data 35

3.6.1. Uji Kualitas Data 35

1. Uji Validitas 35

2. Uji Realibilitas 36

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN 37

4.1. Sejarah Singkat Perusahaan 37

4.2. Struktur Organisasi 38

4.3. Aktivitas Perusahaan 41

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 43

5.1. Identitas Responden 43

5.2. Uji Kualitas Data 47

1. Uji Validitas 47

2. Uji Reabilitas 49

5.3. Analisis Penjualan 49

5..3.1. Kondisi Pasar 50

5.3.2. Kondisi Organisasi Perusahaan 57

5.3.3. Faktor Lain 66

5.4. Pembahasan 73

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN 75

6.1. Kesimpulan 75

6.2. Saran 77

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR PUSTAKA **79**

LAMPIRAN **81**

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Data Penjualan Pupuk Urea Pada PT. Tiga Manunggal Abadi tahun 2019 5

Tabel 2.1 Konsep Operasional Variabel Penelitian 35

Tabel 5.1 Identifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan 44

Tabel 5.2 Identifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Umur 45

Tabel 5.3 Identifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan 47

Tabel 5.4 Uji Validitas 48

Tabel 5.5 Uji Realiabilita 49

Tabel 5.6 Tanggapan Responden Mengenai Permbeli Potensial Pada PT. Tiga Manunggal Abadi di Jalan Raya Pasir Putih 51

Tabel 5.7 Tanggapan Responden Mengenai Persaingan Usaha Sejenis Pada PT. Tiga Manunggal Abadi di Jalan Raya Pasir Putih 54

Tabel 5.8 Tanggapan Responden Mengenai Daya Beli Konsumen Pada PT. Tiga Manunggal Abadi di Jalan Raya Pasir Putih 56

Tabel 5.9 Tanggapan Responden Mengenai Manajemen Perusahaan Pada PT. Tiga Manunggal Abadi di Jalan Raya Pasir Putih 59

Tabel 5.10 Tanggapan Responden Mengenai Sumber Daya Manusia Pada PT.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tiga Manunggal Abadi di Jalan Raya Pasir Putih 61

Tabel 5.11 Tanggapan Responden Mengenai Fasilitas Penjualan Pada PT.

Tiga Manunggal Abadi di Jalan Raya Pasir Putih 65

Tabel 5.12 Tanggapan Responden Mengenai Harga Jual Pada PT.

Tiga Manunggal Abadi di Jalan Raya Pasir Putih 68

Tabel 5.13 Tanggapan Responden Mengenai Saluran Distribusi Pada PT.

Tiga Manunggal Abadi di Jalan Raya Pasir Putih 70

Tabel 5.14 Rekapitulasi Dimensi dan Indikator 72

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 31

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Tiga Manunggal Abadi Jalan Raya Pasir putih Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar 38

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pupuk urea merupakan salah satu jenis pupuk yang memiliki banyak permintaan di sektor pertanian, khususnya sub sektor tanaman pangan (hikmawati, 2002). Pupuk merupakan faktor input yang berfungsi memberikan tambahan unsur hara pada tanah, terutama pada tanah yang telah mengalami penyusutan hara akibat terserap dalam pengusahaan pertanian sebelumnya (tanah kritis). Dengan pemberian pupuk kebutuhan hara bagi tanaman dapat tercukupi.

Dewasa ini telah berkembang industri pupuk kimia dan pupuk non kimia (pupuk organik). Dalam tahun 1998 sampai 1999, terdapat perluasan pabrik pupuk dan proyek baru dalam industri pupuk kimia antara lain: proyek produksi pupuk NPK, DAP, NP, Urea dan Ammonia. Sedangkan dalam industri pupuk organik berkembang pembuatan pupuk dalam skala kecil dan menengah. Pupuk organik lebih ditunjukan untuk ekspor karena pada saat ini pasar internasional semakin menyukai produk pertanian tanpa pupuk kimia dan pestisida.

PT. Tiga Manunggal Abadi di Jalan Raya Pasir Putih merupakan salah satu perusahaan yang hanya menjual pupuk urea saja. Pupuk urea merupakan pupuk yang banyak diminati oleh masyarakat di daerah pasir putih, konsumen pupuk urea pada

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

PT. Tiga Manunggal Abadi berasal dari daerah-daerah seperti bangkinang, langgam, sorek, kerinci.

Banyaknya konsumen yang membeli pupuk urea pada PT. Tiga Manunggal Abadi di Jalan Raya Pasir Putih ini cenderung karena kondisi dan kemampuan penjualan, kondisi pasar, modal dan kondisi organisasi perusahaan PT. Tiga Manunggal Abadi, Kondisi dan kemampuan penjualan pada PT. Tiga Manunggal Abadi ini cukup baik, hal ini dilihat dari segi jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan cukup baik dibanding dengan pesaing,begitupun dengan harga jual pupuk urea yang dijual mampu bersaing dengan perusahaan sejenis.

Selanjutnya kondisi pasar yang ada di daerah pasir putih ini lumayan banyak memiliki pesaing dengan perusahaan sejenis sehingga PT. Tiga Manunggal Abadi harus memperhatikan kepuasan konsumen yang membeli pupuk, seperti mencari tahu keinginan dan kebutuhan konsumen, memperhatikan persediaan pupuk,meningkatkan pelayanan penjualan dan sebagainya.

Persaingan usaha dewasa ini menuntut pengusaha agar lebih peka terhadap keinginan dan kebutuhan akan produk yang ditawarkan. Sehingga perlu adanya manajemen yang berperan dalam menentukan jumlah penjualan. Keberhasilan suatu perusahaan dicerminkan oleh kemampuan perencanaan dalam manajemen untuk memanfaatkan peluang secara optimal sehingga dapat menghasilkan penjualan dan laba sesuai dengan yang diharapkan mempunyai peranan langsung pada peristiwa

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

eksternal yang pada umumnya berada di luar kendali manajemen, seperti: ekonomi, pelanggan, pesaing, pemerintah dan lain sebagainya. Peramalan sangat di perlukan dalam suatu perusahaan agar perusahaan tersebut dapat memperhitungkan berapa tingkat angka penjualan yang dapat terjual dengan target yang diinginkan perusahaan.

Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya. Oleh karena itu, kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan pembelian, terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan (demand), menemukan si pembeli negoisasi harga, dan syarat-syarat pembayaran.

Sumber-sumber ekonomi dalam pengolahannya sehingga menghasilkan profit: manusia, uang, material dan metode. Sumber-sumber tersebut akan mengalami proses sehingga dapat dijadikan barang atau jasa yang pada akhirnya mendatangkan profit bagi perusahaan dan ini merupakan salah satu pencapaian tujuan mendirikan usaha atau perusahaan yaitu maksimal profit. Untuk merealisasikan tujuan tersebut sangat di butuhkan penyusunan perencanaan yang tepat serta melaksanakan operasi yang efisien dan efektif.

Selain dari penyusunan dan perencanaan yang tepat sebuah perusahaan atau badan usaha hendaklah memperhatikan kegiatan pemasaran agar tujuan dari

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

perusahaan atau badan usaha tersebut dapat tercapai. Kebijakan yang di promosi, dan pemasaran.

Berikut adalah data penjualan pupuk urea pada PT. Tiga Manunggal Abadi di Jalan Raya Pasir Putih :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel.1.1

Penjualan Pupuk Urea Pada PT. Tiga Manunggal Abadi di Jalan Raya Pasir Putih Kecamatan Siakhulu Kabupaten Kampar

Tahun 2019

Bulan	**Jumlah Penjualan**	**Harga / (Kg)**	**Total Penjualan (Rp)**
Januari	50 Ton	Rp.23.000	Rp. 1.150.000
Febuari	45 Ton	Rp.23.000	Rp.1.035.000
Maret	48 Ton	Rp.23.000	Rp.1.104.000
April	55 Ton	Rp.23.000	Rp.1.265.000
Mei	44 Ton	Rp.23.000	Rp.1.012.000
Juni	46 Ton	Rp.23.000	Rp.1.058.000
Juli	47 Ton	Rp.23.000	Rp.1.081.000
Agustus	50 Ton	Rp.23.000	Rp.1.150.000
September	51 Ton	Rp.23.000	Rp.1.173.000
Oktober	44 Ton	Rp.23.000	Rp.1.012.000
November	48 Ton	Rp.23.000	Rp.1.104.000
Desember	53 Ton	Rp.23.000	Rp.1.219.000
Jumlah	**581 Ton**	**-**	**Rp.13.363.000**

Sumber : PT.Tiga Manunggal Abadi

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan penjualan pupuk urea pada PT. Tiga Manunggal Abadi setiap bulannya juga mengalami fluktuasi hal ini terlihat dari data penjualan tahun 2019 yaitu pada bulan februari penjualan pupuk urea pada PT. Tiga Manunggal Abadi ini mengalami penurunan penjualan dari 50 Ton menjadi 45 Ton. Namun kembali terjadi peningkatan jumlah penjualan pada 2 bulan berikutnya, yaitu pada bulan maret naik menjadi 48 Ton dan april dimana penjualan sebesar 55 Ton, namun pada bulan mei terjadi penurunan jumlah penjualan sebesar 44 Ton dan kembali meningkat pada bulan selanjutnya yaitu bulan juni dan juli sebesar 46 Ton dan 47 Ton, namun pada bulan berikutnya jumlah penjualan pupuk urea pada PT. Tiga Manunggal Abadi mengalami penurunan pada 4 bulan berikutnya yakni bulan agustus, September, Oktober, dan November, namun pada akhir tahun 2016 yakni bulan desember kembali mengalami peningkatan jumlah penjualan sebesar 53 Ton. Pada keseluruhannya jumlah penjualan pupuk urea pada PT. Tiga Manunggal Abadi mengalami fluktuasi penjualan setiap bulannya pada tahun 2016.

Sehubung dengan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam,tentang “ANALISIS PENJUALAN PUPUK UREA PADA PT. TIGA MANUNGGAL ABADI DI JALAN RAYA PASIR PUTIH KECAMATAN SIAK HULU KABUPATEN KAMPAR”.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1.2 Perumusan Masalah

Masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

“ faktor- faktor apakah yang mempengaruhi berfluktuasinya penjualan pupuk urea pada PT. Tiga Manunggal Abadi di jalan raya pasir putih kecamatan siak hulu kabupaten Kampar" ?

1.3 Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor apa yang mempengaruhi berfluktuasinya penjualan pupuk urea pada PT. Tiga Manunggal Abadi.
2. Untuk mengetahui kebijakan apa yang dilakukan oleh perusahaan mengenai upaya peningkatan penjualan pada PT. Tiga Manunggal Abadi.

b. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam upaya meningkatkan penjualan pupuk urea pada PT. Tiga Manunggal Abadi.
2. Bagi penulis dengan diadakannya penelitian ini dapat mengembangkan wawasan dan juga mengetahui tentang relevansi teori dan kenyataan yang ada.
3. Sebagai bahan referensi bagi pihak lain yang ingin meneliti permasalahan yang sama.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1.4 Sistematika Penulisan

Penelitian ini dibagi menjadi 6 bagian dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I : PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

Bab II : Telaah Pustaka

Pada bab ini dijelaskan tentang penjualan, jenis-jenis penjualan, konsep penjualan, faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan, faktor penurunan volume penjualan, pangsa pasar penjualan, tahap-tahap penjualan, cara penjualan, kerangka pemikiran, penelitian terdahulu, hipotesis, variabel penelitian.

Bab III : Metode Penelitian

Pada bab ini akan dijelaskan tentang lokasi penelitian, operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

Bab IV : Gambaran Umum Perusahaan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Pada bab ini akan dijelaskan tentang sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan aktivitas perusahaan.

Bab V : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Merupakan pembahasan yang menguraikan tentang penjualan dan faktor – faktor yang mempengaruhi penjualan yang ada pada perusahaan dan kemudian di analisis mengenai hal tersebut.

Bab VI : Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini akan dijelaskan hasil kesimpulan dan sekaligus memberikan saran sebagai masukan bagi perusahaan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

2.1. Pengertian Penjualan

Penjualan adalah berkumpulnya seorang pembeli dan penjual dengan tujuan melaksanakan tukar menukar barang dan jasa berdasarkan pertimbangan yang berharga, misalnya pertimbangan uang. Penjualan adalah salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan, untuk berkembang dan memperoleh laba. Dalam melakukan kegiatan penjualan kita juga harus mengandalkan kemampuan dalam seluruh aspek perusahaan. Selain itu juga perlu adanya kemampuan untuk mengkombinasikan berbagai definisi penjualan yang dikemukakan oleh beberapa ahli pemasaran dapat ditinjau dari segi yang berbeda walaupun maksudnya sama.

Sedangkan pengertian penjualan menurut para ahli :

Basu Swasta (2012 :8)

Menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkannya “.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Marwan (1991)

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba".

Leny Sulistiyowati (2011)

mengartikan p " Pendapatan yang berasal dari penjualan produk perusahaan, disajikan setelah dikurangi potongan penjualan dan retur penjualan.".

Kotler (2005)

penjualan merupakan sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjual dipenuhi, melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan.

Assuari (2004)

penjualan adalah kegiatan manusia yang mengarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.

Willian G.Nickels (1998 : 10)

Penjualan tatap muka adalah " interkasi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain."

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Kholish mahyuddin (1999:8)

Penjualan merupakan kegiatan yang bertujuan agar produk yang kita tawarkan kepada konsumen terbeli, penjualan merupakan kegiatan pemasaran yang langsung berhubungan dengan konsumen pengguna atau pemakai langsung.

2.2. Jenis-Jenis Penjualan

1. Trade selling.

Penjualan yang dapat terjadi saat produsen dan pedagang besar memberikan keleluasaan pengecer untuk berusaha memperbaiki distribusi produk mereka atau biasa disebut jenis penjualan yang dilakukan oleh pedagang kepada grosir untuk dijual kembali.

2. Missionary Selling.

Penjualan ditingkatkan dengan mendorong pembeli guna membeli barang-barang dari penyalur perusahaan. Jenis penjualan ini, penjualan berusaha ditingkatkan mendorong pembeli untuk membeli barang dari penyalur perusahaan. Perusahaan ini bersangkutan memiliki penyalur sendiri dalam mendistribusikan produk.

3. Technical Selling.

Cara atau usaha untuk meningkatkan penjualan dengan cara memberikan saran kepada konsumen. Dalam hal yang satu ini wirausaha ini memiliki tugas utama

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

untuk mengidentifikasi serta menganalisa berbagai macam masalah yang dihadapi oleh pembeli, kemudian menunjukkan bagaimana produk yang ditawarkan untuk mengatasi masalah konsumen.

4. New Business Selling.

New Business Selling adalah jenis penjualan yang berusaha membuka transaksi baru dengan mengubah calon pembeli menjadi pembeli. Jenis penjualan ini kerap digunakan pada perusahaan asuransi.

5. Responsive Selling.

Ada dua jenis penjualan utama pada penjualan yaitu route driving dan retailling. Setiap tenaga kerja penjual memberikan reaksi terhadap permintaan. Jenis penjualan ini tidak menciptakan penjualan yang besar meskipun layanan baik dan membangun hubungan baik dengan pelanggan akan memicu pembelian ulang.

2.3. Konsep Penjualan

Menurut Philip Kotler,dkk (2004:21-32), Konsep Penjualan menyatakan bahwa konsumen dan bisnis, jika dibiarkan begitu saja, tidak akan membeli cukup banyak produk dari organisasi tertentu. Konsep ini menganggap bahwa konsumen umumnya menunjukkan kelambanan atau penolakan untuk membeli dan harus diyakinkan untuk membeli.

Dalam kondisi bisnis seperti pada masa sekarang ini konsep pemasaran harus digunakan untuk mencapai sukses bagi perusahaan. Pemasaran berawal dari suatu ide bahwa untuk mencapai laba jangka panjang jaga perusahaan harus dapat memahami

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

konsumen beserta keinginannya. Untuk itu perusahaan harus membagi pasarnya ke dalam segmen-segmen kelompok konsumen serta menentukan keinginan dari masing-masing segmen tersebut.

Meskipun studi tentang segmentasi pasar ini mula-mula dilakukan oleh perusahaan-perusahaan periklanan yang ingin mendapatkan keyakinan tentang pencapaian iklan mereka, konsep ini sekarang sudah digunakan oleh penjual-penjual di segala bidang, seperti: perdagangan, industri dan komersial. Di sini perusahaan menentukan tujuannya sesuai dengan segmen pasar yang ingin dicapai, pemusatan produknya, periklanannya, serta kegiatan penjualan pada segmen tersebut.

2.4 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

1. Kondisi Dan Kemampuan Penjual

Transaksi jual beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya, agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan, untuk maksud tersebut harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni: Jenis dan karakteristik yang ditawarkan, Harga produk, Syarat penjualan seperti pembayaran, penghantaran, pelayanan purma jual, garansi dan sebagainya.

Masalah-masalah tersebut biasanya menjadi pusat perhatian pembeli sebelum melakukan pembelian. Selain itu, manajer perlu memperhatikan jumlah serta sifat-sifat tenaga penjualan yang akan dipakai. Dengan tenaga

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

penjualan yang baik dapatlah dihindari timbulnya kemungkinan rasa kecewa pada para pembeli dalam pembeliannya. Adapaun sifat-sifat yang perlu dimiliki oleh seorang penjual yang baik antara lain: sopan, pandai bergaul, pandai berbicara, mempunyai kepribadian yang menarik, sehat jasmanai, jujur, mengetahui cara-cara penjualan dan sebagainya.

2. **Kondisi Pasar**

Pasar, sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:

- Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemerintah ataukah pasar internasional.
- Kelompok pembeli atau segmen pasarnya.
- Daya belinya.
- Frekuensi pembeliannya.
- Keinginan dan kebutuhannya.

3. **Kondisi Organisasi Perusahaan**

Pada perusahaan besar, bisanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (Bagian Penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu/ahli di bidang penjualan. Lain halnya dengan perusahaan kecil dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain. Hal ini disebabkan karena jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit, sistem

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

organisasinya lebih sederhana, masalah-masalah yang dihadapi serta sarana yang dimilikinya juga tidak sekompleks perusahaan besar. Biasanya, masalah penjualan ini ditangani sendiri oleh pimpinan dan tidak diberikan kepada orang lain.

4. Faktor Lain

Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan. Ada pengusaha yang berpegang pada satu prinsip bahwa paling penting membuat barang yang baik. Bilamana prinsip tersebut dilaksanakan maka diharapkan pembeli akan membeli lagi barang yang sama. Oleh karena itu perusahaan melakukan upaya agar para pembeli tertarik pada produknya.

2.5 Faktor Penurunan Volume Penjualan

Menurut **Nitisemito (1998 : 211)** penurunan volume penjualan disebabkan oleh :

a. Faktor Intern yaitu sebab yang terjadi karena kesalahan perusahaan itu sendiri seperti :

1. Kualitas Produk

Turunnya kualitas produk akan menimbulkan kekecewaan dari pembeli dan pada umumnya kekecewaan ini akan diceritakan pada teman – temannya. Hal ini merupakan reklame gratis yang mengurangi

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

kepercayaan konsumen terhadap barang produksinya sehingga dapat mempengaruhi perkembangan penjualan.

2. Penetapan Harga Jual

Dalam usaha meningkatkan keuntungan perusahaan dapat dilakukan dengan jalan menetapkan harga jual yang lebih tinggi sehingga keuntungan perunit lebih tinggi pula.

3. Kegiatan Sales Promotion

Adanya penurunan kegiatan sales promotion yang diikuti dengan penurunan jumlah volume penjualan pada suatu perusahaan maka perusahaan harus meninjau kembali keputusan yang dilakukan yang berhubungan dengan sales promotion.

4. Distribusi Produk

Kurangnya ketersediaan barang dipasar yang disebabkan oleh terlambatnya pendistribusian produk dipasaran menyebabkan animo konsumen untuk membeli produk tersebut menjadi berkurang sehingga akan berakibat pada turunnya volume penjualan.

5. Service Yang Diberikan

Apabila perusahan mengalami persaingan yang sangat tajam, maka servis yang diberikan harus lebih baik lagi dengan teknik atau strategi tertentu dengan kebijakan perusahaan.

6. Kapasitas Produksi Dan Pengadaan Modal Kerja

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

7. Paling sedikit untuk jangka pendek, kapasitas produksi yang dimiliki oleh perusahaan akan membatasi kemampuan mereka dalam memproduksi barang atau jasa dalam jumlah tertentu.
8. Sales Force Promotion

   Yaitu promosi penjualan yang ditujukan kepada tenaga penjual perusahaan yang bersangkutan, misalnya pemberian bonus sebagai tambahan gaji karena prestasi yang baik dan sebagainya.

   a. Faktor Ekstren yaitu sebab yang terjadi diluar kekuasaan penjual seperti:

   1. Selera Konsumen

      Selera atau kesukaan konsumen merupakan faktor penentu bagi dirinya untuk membeli produk yang sesuai dengan kegunaannya karena perusahaan tidak memproduksi barang yang sesuai dengan selera konsumen, maka perusahaan akan memperoleh hambatan dalam memasarkan produknya.

   2. Barang Pengganti (Subsitusi)

      Kemajuan ilmu pengetahuan mempunyai dampak yang positif terhadap penciptaan produk baru sebagai pengganti produk lama.

3. Adanya Persaingan

   Timbulnya saingan baru akan memungkinkan konsumen lari kepada produk lain yang dianggap dapat memberikan kepuasan yang lebih tinggi. Akibatnya volume penjualan pada perusahaan akan menurun baik dalam

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

waktu sementara maupun waktu yang lama. Faktor Psikologi Timbulnya faktor ini menyebabkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang lama akan berkurang sehingga konsumen akan lari keproduk lain. Faktor ini tidak dapat diduga sebelumnya maka bila faktor ini timbul akan membawa dampak negative pada volume penjualan yang dicapai perusahaan.

4. Pemasok (Suplier)

Pemasok adalah salah satu mitra (orang ataupun badang usaha) yang menyalurkan bahan baku yang dibutuhkan perusahaan dalam produksi barang ataupun jasa. Selain itu, pemasok adalah orang atau perusahaan yang menyediakan produk atau layanan kepada entitas atau perusahaan lain. Peranan atau fungsi pemasok dalam bisnis perusahaan adalah menyediakan produk-produk berkualitas tinggi dari produsen dengan harga yang baik kepada distributor atau pengecer untuk kemudian dijual kembali.

produk kepada pembeli lain dan semakin banyak permintaan pasar, pemasok harus cepat tanggap dalam menanganinya, serta harga bahan baku harus disesuaikan dengan modal yang ada, sehingga hubungan antara investor sangat erat juga demi kelancaran proses produksi.

2.6 Pangsa Pasar Penjualan

Pangsa pasar sebagai tujuan Douglas J Dalrymple (associate professor of marketing, Indiana University, USA dan penulis buku sales management, concept and cases) mengajukan contoh tujuan penjualan yang berorientasi pada pangsa pasar.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Menurut beliau berdasarkan strategi mengelola pangsa pasar tujuan penjualan dapat terbentuk:

a. Membangun pangsa pasar, dengan fokus meningkatkan jumlah penjualan produk (build market share). Tujuan membangun pangsa pasar terutama diterapkan pada produk-produk yang jumlah penjualannya meningkat pesat, tetapi presentase pangsa pasarnya rendah. Termasuk ke dalam kategori produk ini adalah produk baru yang dapat menyamai produk-produk saingan yang telah lama berada dipasar.
b. Mempertahankan pangsa pasar dengan fokus mempertahankan jumlah hasil penjualan produk-produk yang telah dihasilkan dan mempertahankan minat pelanggan (hold market share). Tujuan mempertahankan pangsa pasar diterapkan untuk melindungi produk-produk lama dari resiko menurunnya hasil penjualan. Cara mempertahankan pangsa pasar produk lama antara lain dilakukan dengan meningkatkan mutu produk. Disamping itu minat pelanggan terhadap produk dipertahankan, antara lain dengan menerapkan program periklanan yang efektif.
c. Memanen pangsa pasar (harvest market share). Tujuan memanen pangsa pasar diterapkan pada produk-produk yang telah menempati posisi kuat di pasar. Brand loyalt konsumen terhadap produk itu tinggi. Untuk mencapai posisi pasar itu produsen telah melakukan berbagai macam usaha pengembangan dan promosi produk dalam jangka waktu yang lama.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

d. Mempersiapkan penarikan produk atau produk-produk tertentu dari pasar (divest market share). Menurut Prof. Dalrymple tujuan penarikan produk dari pasar diterapkan untuk produk yang jumlah penjualannya kecil. Jumlah penjualan produk tersebut tidak pernah meningkat. Pangsa pasarnya kecil dan karena berbagai macam sebab tidak ada harapan meningkat.

2.7 Tahap – Tahap Penjualan

Salah satu aspek yang ada dalam penjualan adalah penjualan adalah penjualan dengan bertemu muka seperti yang dibahas di seluruh buku ini. Ada beberapa tahap penjualan menurut **Basu Swasta (2012:122):**

1. **Persiapan Sebelum Penjualan**

   Tahap pertama dalam penjualan tatap muka adalah mengadakan persiapan-persiapan sebelum melakukan penjualan. Di sini, kegiatan yang dilakukan adalah mempersiapkan tenaga penjualan dengan memberikan pengertian tentang barang yang dijualnya, pasar yang dituju dan teknik-teknik penjualan yang harus dilakukan. Selain itu, mereka juga lebih dulu harus mengetahui kemungkinan tentang motivasi dan perilaku dalam segmen pasar yang dituju.

2. **Penentuan Lokasi Pembeli Potensial**

   Dengan menggunakan dan pembeli yang lalu maupun sekarang, penjual dapat menentukan karakteristik calon pembeli atau pembeli potensialnya.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Penentuan calon pembeli beserta karakteristiknya dapat dilakukan dengan segmentasi pasar, seperti yang telah dibahas dalam Bab.3 di muka. Termasuk dalam karakteristik calon pembeli adalah faktor lokasi yang menjadi sasaran kunjungan bagi wiraniaga.

Oleh karena itu, pada tahap kedua ini ditentukan lokasi dari segmen pasar yang menjadi sasarannya. Dari lokasi ini dapatlah dibuat sebuah daftar tentang orang-orang atau perusahaan yang secara logis merupakan pembeli potensial dari produk yang ditawarkan. Dari konsumen yang ada dapat pula ditentukan konsumen manakah yang sudah menggunakan produk-produk saingan.

3. Pendekatan Pendahuluan

Sebelum melakukan penjualan, penjual harus mempelajari semua masalah tentang individu atau perusahaan yang dapat diharapkan sebagai pembelinya. Selain itu, perlu juga mengetahui tentang produk atau merk apa yang sedang mereka gunakan dan bagaimana reaksinya. Berbagai macam informasi perlu dikumpulkan untuk mendukung penawaran produknya kepada pembeli, misalnya tentang kebiasaan membeli, kesukaan dan sebagainya. Semua kegiatan ini dilakukan sebagai pendekatan pendahuluan terhadap pasarnya.

4. Melakukan Penjualan

Penjualan yang dilakukan bermula dari suatu usaha untuk memikat perhatian calon konsumen, kemudian diusahakan untuk mengetahui daya tarik atau minat mereka. Jika minat mereka dapat diikuti dengan munculnya

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

keinginan untuk membeli, maka penjual tinggal merealisir penjualan produknya. Pada saat ini penjualan dilakukan.

5. Pelayanan Purna Jual

Sebenarnya kegiatan penjualan tidak berakhir pada saat pesanan dari pembeli telah dipenuhi, tetapi masih perlu dilanjutkan dengan memberikan pelayanan atau servis kepada mereka.biasanya keinginan ini dilakukan untuk penjualan barang-barang industri seperti instalasi atau barang konsumsi tahan lama seperti lemari es, televise dan sebagainya. Beberapa pelayanan yang diberikan oleh penjual sesudah penjualan dilakukan antara lain berupa:

- Pemberian garansi
- Pemberian jasa reparasi
- Latihan tenaga-tenaga operasional dan cara penggunaannya
- Penghantaran barang ke rumah.

Dalam tahap terakhir ini penjual harus berusaha mengatasi berbagai macam keluhan atau tanggapan yang kurang baik dari pembeli. Pelayanan lain yang juga perlu diberikan sesudah penjualan adalah memberikan jaminan kepada pembeli bahwa keputusan yang diambilnya tepat, barang yang dibelinya betul-betul bermanfaat dan hasil kerja produk tersebut memuaskan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2.8 Cara penjualan

Basu Swasta (2012:124) adalah :

1. **Penjualan langsung**

Penjualan langsung merupakan cara penjualan di mana penjual langsung berhubungan/berhadapan/bertemu muka dengan calon pembeli atau langganannya. Di sini, pembeli dapat langsung mengemukakan keinginannya, bahkan sering terjadi tawar menawar untuk mencapai kesesuaian. Penjual, sebagai alat penghubung bagi perusahaan dan sebagai wakil perusahaan dalam menghadapi pembeli, dapat membantu pembeli untuk menentukan pilihannya. Tetapi sering terjadi bahwa penjual justru mempengaruhi pembeli dalam pembeliannya.

Penjual langsung ini dapat dilakukan dengan dua cara,yaitu: (a) penjualan melalui toko, dan (b) penjualan di luar toko.

a. **Penjualan melalui toko**

Penjualan melalui toko ini sering dilakukan untuk penjualan secara eceran. Namun, tidak berarti bahwa penjualan eceran itu selalu dilakukan melalui toko. Penjualan dalam partai besar pun dapat dilakukan oleh penjual yang memiliki toko. Dalam penjualan ini pembeli harus datang ke toko untuk mendapatkan kebutuhannya. Jadi, transaksi jual beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli terjadi di toko. Semua contoh barang yang ditawarkan oleh penjual ditempatkan di toko.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

b. Penjualan di luar toko

Penjualan di luar toko dapat dilakukan oleh wiraniaga dari sebuah perusahaan, oleh para pedagang kakilima, ataupun oleh para penjaja keliling yang menarwarkan barangnya ke rumah-rumah konsumen. Jadi, transaksi jual-belinya terjadi diluar toko atau di rumah konsumen. Berbeda dengan penjualan di toko di mana pembeli harus datang sendiri ke toko, maka dalam penjualan di luar toko, penjuallah yang sering harus mendekati pembeli. Cara seperti ini tidak hanya dilakukan oleh para pengecer atau pengusaha kecil saja, melainkan pengusaha besar pun juga sering melakukannya.

2. Penjualan Tidak Langsung

Di muka telah dibahas tentang pengertian menjual beserta definisinya dalam mana penjualan itu terjadi antara penjual dan pembeli dengan bertemu muka. Namun dalam praktek terdapat variasi "menjual" yang dilakukan oleh para penjual, yaitu tidak menggunakan individu atau tenaga-tenaga penjualan. Adapun faktor-faktor atau masalah-masalah yang dapat mempengaruhi terjadinya penjualan tidak langsung ini adalah:

- Jarak anatara lokasi penjual dengan pembeli cukup jauh
- Responsi masyarakat terhadap sebuah iklan atau katalog
- Biaya penggunaan wiraniaga cukup besar bagi perusahaan
- Biaya pemesanan langsung cukup besar bagi pembeli

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

- Terbatasnya waktu yang dimiliki oleh pembeli maupun penjual.

  Karena penjual atau produsen tidak berhadapan muka secara langsung dengan calon pembeli atau langgananya, maka transaksi jual beli itu dapat dilakukan melalui: (a) *surat*, (b) *telepon*, dan cara khusus lainnya seperti (c) *mesin penjualan otomatis.* Namun penjualan secara tidak langsung ini dianggap tidak fleksibel karena penjual tidak dapat mengemukakan penawarannya secara visual sehingga penjualannya kurang efektif, dan hal ini tidak akan dibahas lebih jauh.

a. Penjualan melalui surat/ pos

Praktek penjualan melalui surat ini sering terjadi bilamana:

- Konsumen tertarik dan membeli produk seperti yang terdapat dalam sebuah iklan atau katalog
- Konsumen mengisi formulir pesanan yang diterima secara langsung dari penjual
- Langgganan mengirim pesanan kepada penjual melalui pos.

  Biasanya, dalam katalog tercantum jenis produk yang ditawarkan beserta harganya secara lengkap. Katalog ini dapat berbentuk buku kecil, folder atau daftar yang dimuat dalam surat kabar. Misalnya, sering ditemui adanya toko buku di Jakarta (Gramedia, Kayumanis, Indira dan sebagainya) yang mengiklankan buku-buku yang ditawarkan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

beserta harganya. Di situ ditanyakan bahwa pembeli yang berminat dapat mengirimkan sejumlah uang beserta ongkos kirimnya.

Dalam praktek dijumpai pula para penyalur, atau toko-toko yang mengirim pesanan kepada produsen melalui pos. Pada umumnya cara seperti ini hanya dilakukan jika pembeli bertempat tinggal jauh atau di luar kota.

b. Penjualan melalui telepon

Kadang-kadang pembeli menginginkan agar pesanannya cepat sampai atau cepat diterima oleh penjual. Untuk maksud tersebut dapatlah dilakukan dengan menggunakan telepon. Baik untuk jarak jauh ataupun dalam kota, cara tersebut mudah dilakukan. Dalam penjualan melalui telepon ini, biasanya penjual lebih mengutamakan langganan atau pembeli yang sudah dikenalnya. Di lain pihak, pembeli yang memesan lewat telepon biasanya sudah mengenal produk yang dipesan atau sudah menjadi langganan.

c. Penjualan dengan mesin otomatis

Penjualan dengan mesin otomatis (automatic vending machine) ini dapat dilakukan untuk jenis produk yang relatif kecil bentuknya dan nilai per unitnya rendah, seperti permen. Dengan memasukkan koin atau uang logam ke dalam mesin, pembeli akan mendapatkan barang tersebut setelah menekan tombol.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Karena bentuk mesin ini kebanyakan kecil, tidak terlalu besar, maka pengoperasiannya sering dilakukan di dalam toko, bukannya di luar toko. Hal ini dimaksudkan untuk menjaga keamanan di samping penjual sendiri dapat mengawasinya. Penjual yang menggunakan mesin otomatis ini memandang bahwa biaya yang harus dikeluarkan untuk mengoperasikannya masih lebih murah daripada menggunakan pelayan atau tenaga penjualan.

Di Indonesia, cara pennjualan seperti ini belum banyak dilakukan. Namun sudah ada beberapa toko yang menggunakannya.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2.9. Penelitian terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
Dra. Hj. Hadiyati, MM (2013)	Analisis penjualan lemari es merek LG pada PT. LG ELECTRONICS INDONESIA cabang pekanbaru.	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dan data kuantitatif.	Hasil penelitian diketahui bahwa secara umum responden menilai bahwa tampilan atau features lemari es serta ukuran liter atau kapasitas isi sudah baik walaupun belum sepenuhnya sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen.
Sukiswo (2008)	Analisis penjualan Rumah sederhana pada PT. Yepupa Perise Ramadhani Pekanbaru.	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini	Faktor- faktor yang mempengaruhi penurunan penjualan rumah sederhana pada

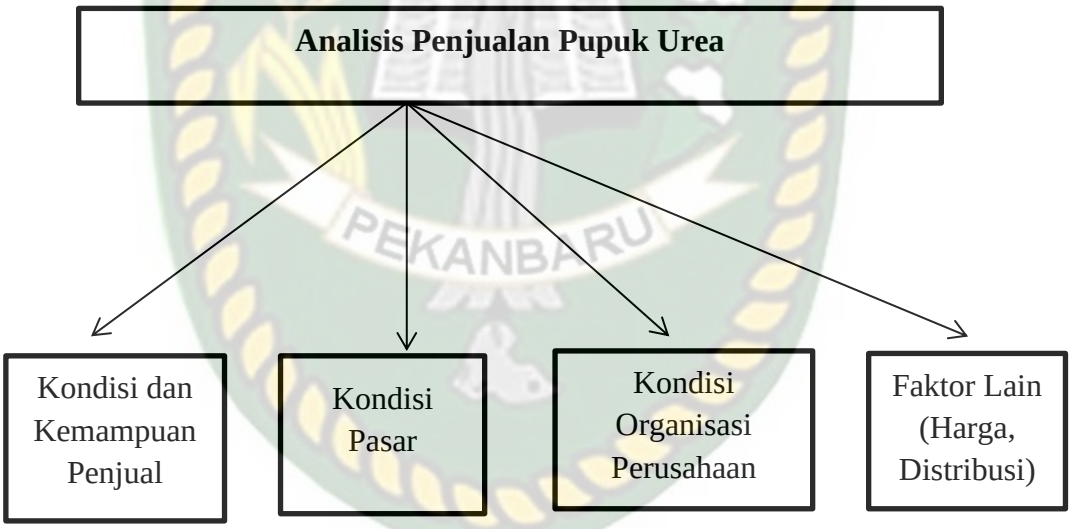
Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

		adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif.	PT. Yepupa Perise Ramadhani Pekanbaru adalah harga, promosi, pelayanan, dan produk.
Widiyanti (2015)	Analisis penjualan sepeda motor yamaha pada PT. sentral yamaha pekanbaru.	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif.	Analisis penjualan sepeda motor Yamaha yang terjadi di PT. Sentral Yamaha Pekanbaru kurang efektif karena seringnya terjadi keterlambatan dari pelaporan pihak marketing kepada administrasi penjualan mengenai data-

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

			data konsumen

2.10. Kerangka Pemikiran



2.11. Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah dan telaah pustaka, maka penulis membuat suatu hipotesis yaitu. “Diduga faktor yang mempengaruhi penjualan pupuk urea pada

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

PT. Tiga Manunggal Abadi Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar: Kondisi Pasar, Kondisi Organisasi Perusahaan, Faktor Lain (Harga, Distribusi).

2.12. Variabel Penelitian

Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Kondiisi Pasar.
2. Kondisi Organisasi Perusahaan.
3. Faktor Lain (Harga, Distribusi).

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada PT. Tiga Manunggal Abadi yang beralamat di Jalan Raya pasir putih, Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar, penelitian dari tanggal 01 Juni sampai 01 Oktober 2019.

3.2 Operasional Variabel

Konsep operasional variabel penelitian.

No	Variabel penelitian	Dimensi	Indikator variabel	Skala
1	Penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan. **Basu Swasta (2012 : 8)**	1. Kondisi Pasar	✓ Pembeli Potensial ✓ Persaingan Usaha Sejenis ✓ Daya Beli	Ordinal
		2. Kondisi Organisasi Perusahaan	✓ Manajemen ✓ Sumber Daya Manusia ✓ Fasilitas	Ordinal
		3. Faktor Lain	✓ Harga ✓ Distribusi	Ordinal

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3.3 Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh konsumen pupuk urea pada PT. Tiga Manunggal Abadi , Karena banyaknya jumlah populasi dan keterbatasan penulis baik waktu maupun tenaga maka diambil sampel. Adapun jumlah sampel diambil sebanyak 30 orang yang terdiri dari 10 orang konsumen toko, 10 orang konsumen akhir, dan 10 orang karyawan. Teknik pengambilan sampel adalah purposive.

3.4 Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Adalah data yang didapat dengan menggunakan wawancara mendalam kepada informan pimpinan, karyawan dan konsumen.

b. Data sekunder

Adalah data yang didapat dari pencatatan dan pelaporan (penelusuran dokumen) yang ada hubungan dan menunjang penelitian tentang penjualan pupuk urea.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan Tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang ada hubungannya dengan penelitian ini yang mempunyai wewenang dalam memberikan informasi mengenai keadaan intern perusahaan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2. Kuesioner

Adalah teknik pengumpulan data yang menggunakan daftar pertanyaan mengenai kemampuan perusahaan, kondisi pasar, kemampuan organisasi perusahaan, harga dan kualitas produk.

3.6. Analisis Data

Analisa data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif yaitu suatu cara penganalisisan terhadap fakta yang ditemukan sewaktu penelitian dengan mengumpulkan, mengelompokkan dan mentabulasikan data kemudian dibandingkan dengan teori penjualan yang ada, hasil perbandingan tersebut menghasilkan kesimpulan-kesimpulan yang diperoleh serta saran-saran yang dianggap perlu.

3.6.1 Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas data digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dianggap valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam ini digunakan item pernyataan yang diharapkan dapat secara tepat mengungkapkan variabel yang diukur. Untuk mengukur tingkat validitas item-item pernyataan kuesioner terhadap tujuan pengukuran adalah dengan melakukan korelasi antar skor item pernyataan dengan skor variabel (Rochaety, 2007:97).

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dipergunakan untuk menguji konsistensi jawaban responden. Cara untuk mengukur konsistensi (reliabilitas) adalah dengan mengulang pertanyaan yang mirip pada urutan pertanyaan berikutnya, kemudian dilihat apakah jawaban responden konsisten atau tidak.

Pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan uji *cronbach alpha.* Penentuan reliabel atau tidaknya suatu instrument penelitian dapat dilihat dari nilai alpha dan r tabelnya. Apabila nilai *cronbach alpha*> r tabel maka instrument penelitian tersebut dikatakan reliabel, artinya alat ukur yang digunakan adalah benar. Koefisien yang reliabilitasnya baik jika *cronbach alpha* bernilai antara 0,70 – 0,80. Sedangkan koefisien yang reliabilitasnya lebih baik jika bernilai 0,90 – 1,00 (Rochaety, 2007:99).

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan

PT. Tiga Manunggal Abadi terletak di jalan raya pasir putih, kecamatan siak hulu. PT. Tiga Manunggal Abadi merupakan usaha keluarga yang bergerak di bidang usaha perdagangan menjual berbagai jenis macam pupuk dan alat-alat pertanian lainnya, PT. Tiga Manunggal Abadi ini sudah ada sejak tahun 2016, usaha penjualan pupuk ini semulanya hanyalah usaha kecil yang dijalankan oleh salah satu pengusaha yang ada di jalan raya pasir putih, namun seiring dengan meningkatnya permintaan pupuk urea di daerah jalan pasir putih usaha ini semakin berkembang.

Yang semulanya usaha ini tidak terlalu besar kini PT. Tiga Manunggal Abadi telah berkembang dengan baik dengan memiliki 3 unit ruko, 3 mobil alat transportasi dan sejumlah karyawan. Berkembangnya PT.Tiga Manunggal Abadi ini tak lepas karena mayoritas masyarakat di daerah pasir putih hidup dari berkebun, seiring banyaknya permintaan pupuk urea pada daerah pasir putih ini PT.Tiga Manunggal Abadi melihat besarnya peluang terhadap usaha yang mereka jalani, sehingga perusahaan bisa mendapatkan keuntungan yang maksimal dan bisa berkembang seperti saat ini.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

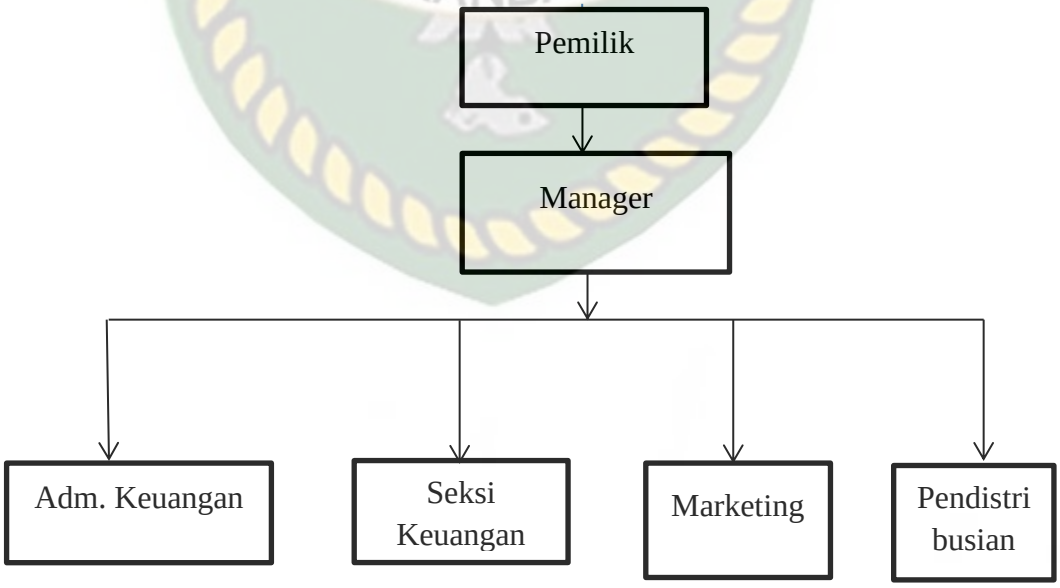
4.2. Struktur Organisasi

Struktur organisasi memegang peranan penting dalam menjalankan sebuah perusahaan/ organisasi, karena dengan adanya struktur organisasi, maka tanggung jawab serta wewenang masing-masing pihak dalam perusahaan atau organisasi dapat tergambar dengan jelas PT.Tiga Manunggal Abadi merupakan usaha keluarga yang dipimpin oleh seorang Direktur Utama, Adm. Keuangan, Seksi Gudang, Marketing dan bagian pendistribusian. Untuk mengetahui struktur organisasi PT.Tiga Manunggal Abadi dapat dilihat pada gambar 4.1. Sedangkan uraian tugas dan tanggung jawab masing-masing personil dalam perusahaan adalah sebagai berikut :

Gambar 4.1

Struktur Organisasi

PT. Tiga Manunggal Abadi



Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Sumber : PT. Tiga Manunggal Abadi

1. Pemilik

   Merupakan pimpinan tertinggi yang mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :

   a. Menentukan kebijaksanaan-kebijaksanaan secara umum yang menyangkut tentang pengambilan keputusan mengenai kebijakan-kebijakan perusahaan.
   b. Mengkoordinasikan semua kegiatan yang ada di dalam perusahaan.
   c. Membuat renvana perusahaan baik jangka pendek maupun jangka panjang.

2. Manager

   Merupakan wakil dari pimpinan perusahaan yang mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :

   a. Menyusun dan membuat target penjualan perusahaan.
   b. Menganalisa dan mengontrol hasil penjualan.
   c. Memberi informasi mengenai kebijaksanaan perusahaan kepada bawahan.
   d. Bertanggung jawab kepada pemilik.

3. Adm. Keuangan

   Mempunyai tugas sebagai berikut :

   a. Mengatur kegiatan Adm. Keuangan PT.Tiga Manunggal Abadi.
   b. Membuat buku ekspedisi.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

c. Mengarsipkan surat masuk dan keluar.

d. Membuat laporan pertanggung jawaban keuangan perusahaan.

4. Seksi Gudang

Mempunyai tugas sebagai berikut :

a. Bertugas mengawasi persediaan pupuk dan barang lainnya.

b. Bertanggung jawab terhadap produk sebelum dilakukan pengiriman.

c. Bertanggung jawab terhadap isi gudang.

5. Marketing

Mempunyai tugas sebagai berikut :

a. Membuat laporan penjualan harian.

b. Mencatat barang masuk dan barang keluar.

c. Melaksanakan dan melayani pesanan barang yang diburuhkan oleh setiap konsumen.

6. Pendistribusian

Mempunyai tugas sebagai berikut :

a. Mengantarkan barang pesanan sesuai dengan alamat pemesan.

b. Menjaga produk pesanan agar sampai ke tangan konsumen tidak mengalami kerusakan sedikitpun.

c. Melaporkan kebagian marketing setiap pesanan yang telah diantarkan ke konsumen.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

4.3. Aktifitas Perusahaan

Perusahaan ini melakukan kegiatan aktifitas jual beli di toko setiap hari senin-sabtu, sedangkan hari minggu PT. Tiga Manunggal Abadi tidak melayani penjualan. Perusahaan ini memulai aktifitas jual belinya dari pukul 08.00-17.00 WIB. Konsumen pada PT ini datang dari berbagai macam daerah yang ada di kabupaten pelalawan. Dalam menjual barang-barangnya PT. Tiga Manunggal Abadi berusaha sebaik mungkin untuk melayani pembeli dengan memberikan pelayanan penjualan yang baik, setelah terjadi kata sepakat tentang penjualan pupuk maka selanjutnya PT. Tiga Manunggal Abadi akan memberikan pelayanan penghantaran penjualan ke alamat konsumen. Kegiatan seperti inilah yang rutin dilakukan oleh PT. Tiga Manunggal Abadi pada setiap harinya.

1. Kegiatan Administrasi, kegiatan pengeluaran dan pemasukan dana yang ada dalam perusahaan diatur seluruhnya dalam aktivitas administrasi. Semua kegiatan pendanaan seluruhnya dilakukan dalam administrasi agar tercatat dan dapat memudahkan pengembangan produk perusahaan.

2. Menerima pupuk urea, gudang menerima pupuk urea untuk penyimpanan pupuk. Ini berarti gudang harus :

    a. Memeriksa pupuk berdasarkan pemesanan.

    b. Memeriksa kualiitas pupuk.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3. Mengirim pupuk ke penyimpanan, barang disortir dan diletakkan di tempatnya.
4. Penyimpanan barang, Barang yang telah masuk di usahakan tersimpan dengan baik dan aman dari bahaya apapun sehingga dapat tertata dengan baik tanpa merusak barang tersebut.
5. Mengoperasikan sistem informasi, suatu catatan harus diurus untuk tiap item dalam menunjukkan kuantitas stock di satu sisi, kuantiatas yang diterima, kuantitas yang dikeluarkan, dan lokasi dalam gudang. Sistem tersebut bisa jadi sangat simpel, bergantung pada informasi tulisan secara minimum dan memori manusia, atau merupakan sistem berbasis komputer yang sudah berpengalaman.
6. Pengeluaran pupuk, Semua pupuk yang keluar dari perusahaan akan di catat agar tercipta suasana produksi yang tertib dan juga efisien.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Identifikasi Responden

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah pihak perusahaan dan konsumen pupuk urea pada PT. Tiga Manunggal Abadi. Adapun sampel di ambil untuk pihak 10 orang konsumen took, 10 orang konsumen akhir, 10 orang karyawan dan konsumen pupuk urea yang berjumlah 30 orang. Sebelum membahas tentang bagaimana tanggapan responden mengenai penjualan pada PT. Tiga Manunggal Abadi, berikut diuraikan tentang karakteristik responden yang terdiri dari pendidikan dan umur.

5.1.1.Identifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan merupakan salah safu faktor yang penting dalam pengembangan sumber daya manusia Pendidikan tidak hanya menambah cara-cara melaksanakan kerja yang baik dan juga dapat mengambil keputusan dalam pekerjaan.

Tingkat pendidikan berpengaruh terhadap kinerja, semakin tinggi pendidikan seorang pegawai maka akan semakin tinggi pula kinerja yang dimilikinya. Karyawan dan konsumen pada PT. Tiga Manunggal Abadi memiliki tingkat pendidikan yang berbeda. Untuk melihat lebih lanjut tentang pendidikan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

responden yang merupakan karyawan dan konsumen pada PT. Tiga Manunggal Abadi di jalan raya pasir putih kecamatan siak hulu kabupaten kampar.

Tabel 5.1

Identifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presentase (%)
SMP	10	33,3%
SMA	12	40,0%
D3	3	10,0%
S1	5	16,7%
Jumlah	30	100%

Sumber : Data Olahan

Dari table 5.1 dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan responden karyawan dan konsumen pada PT.Tiga Manunggal Abadi, diketahui memiliki tingkat pendidikan SMP Sebanyak 10 orang atau 33,3%, yang memiliki tingkat pendidikan SMA 12 orang atau 40,0%, yang memiliki tingkat pendidikan D3 berjumlah 3 orang, dan memiliki tingkat pendidikan S1 5 orang atau 16,7%.

Dapat diambil kesimpulan dari 30 responden paling banyak adalah responden dengan tingkat pendidikan SMA dengan jumlah 12 orang atau 40,0% dan responden yang paling sedikit adalah responden dengan tingkat pendidikan D3 dengan jumlah 3 orang atau 10,0%.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5.1.2 Identifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Umur

Umur seseorang dapat mencerminkan kemampuan dan kondisi seseorang secara fisik, yang memungkinkan menjadi pertimbangan dalam pasar tenaga kerja.

Berikut dapat kita lihat tabel yang menunjukkan tingkat umur responden yang merupakan karyawan dan konsumen pada PT. Tiga Manunggal Abadi.

Tabel 5.2

Identifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Umur

Umur	Jumlah	Presentase(%)
20-30 Tahun	8	26,7%
31-41 Tahun	8	26,7%
41-50 Tahun	9	30,0%
50-keatas	5	16,7%
Jumlah	30	100%

Sumber : Data Olahan

Dari tabel 5.2 dapat dilihat bahwa berdasarkan umur responden yang merupakan karyawan dan konsumen pupuk pada PT. Tiga Manunggal Abadi diketahui dari 30 responden paling banyak adalah responden yang berumur 41-50 tahun dengan jumlah 9 orang atau 30,0% dan paling sedikit adalah responden yang berumur 50-keatas dengan jumlah 5 orang atau 16,7%.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5.1.3. Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Pekerjaan merupakan salah satu aspek terpenting dalam kehidupan manusia dewasa yang sehat, di mana pun dan kapan pun mereka berada. Betapa orang akan merasa sangat susah dan gelisah jika tidak memiliki pekerjaan yang jelas, apalagi kalau sampai menjadi penganggur. Demikian pula banyak orang yang mengalami stres dan frustrasi dalam hidup ini karena masalah pekerjaan. Pekerjaan memiliki peran yang sangat besar dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia, terutama kebutuhan ekonomis, sosial, dan psikologis.

Untuk melihat lebih lanjut tentang jenis pekerjaan responden yang merupakan karyawan dan konsumen pada PT. Tiga Manunggal Abadi di jalan raya pasir putih kecamatan siak hulu kabupaten kampar.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.3

Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Presentase%
Pedagang	10	33,3%
Swasta	4	13,3%
Karyawan PT. Tiga Manunggal Abadi	10	33,3%
PNS	6	20,0%
Jumlah	30	100%

Sumber: Data Olahan

Dari tabel 5.3 diatas terlihat bahwa berdasarkan klasifikasi pekerjaan konsumen maka dari 30 orang responden untuk responden sebagai pedagang sebanyak 10 orang (33,3%), swasta 4 orang (13,3%), karyawan PT. Tiga Manunggal Abadi 10 orang (33,3%), PNS sebanyak 6 orang (20,0%). Dengan demikian kelompok terbesar adalah konsumen yang merupakan karyawan swasta.

5.2 Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Validitas data adalah bukti bahwa instrumen, teknik, atau proses yang digunakan untuk sebuah konsep benar-benar mengukur konsep yang dimaksudkan. Validitas data yang ditentukan oleh proses pengukuran yang kuat. Suatu instrumen

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

pengukuran dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instrumen tersebut tersebut mengukur apa yang sebenarnya diukur. Untuk melihat uji validitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.4

Uji Validitas

Variabel	r hitung	r tabel	Ket
Kondisi Pasar			
Kondisi pasar 1	0,658	0,349	Valid
Kondisi pasar 2	0,401	0,349	Valid
Kondisi pasar 3	0,516	0,349	Valid
Kondisi Organisasi Perusahaan			
Kop 1	0,431	0,349	Valid
Kop 2	0,692	0,349	Valid
Kop 3	0,654	0,349	Valid
Faktor Lain			
Factor lain 1	0,707	0,349	Valid
Factor lain 2	0,445	0,349	Valid

Sumber: Data Output SPSS, 2020

Berdasarkan tabel 5.4 diatas, diketahui bahwa nilai r hitung Untuk masing-masing item memiliki r hitung lebih besar dibandingkan r tabel dan bernilai positif untuk 30 responden dengan alpha 0,05. Didapat Df (N-0) ialah r tabel sebesar 0,349 maka, dapat disimpulkan bahwa semua indicator dari variabel dari penjualan seperti kondisi pasar, kondisi organisasi perusahaan dan factor lain dikatakan *valid.*

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut dilakukan tanpa bias (bebas kesalahan). Oleh karena itu, menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrumen perlu dilakukan.

Adapun kriteria pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas adalah dengan melihat nilai Cronbach Alpha (α) untuk masing-masing variabel. Dimana suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0.60, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5.5

Uji Reliabilitas

Variabel	**R Hitung**	**Cronbach's Alpha**	**Ket**
Penjualan	0,684	0,60	Reliabel

Sumber: Data Output SPSS, 2019

Dari tabel 5.5 diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai Cronbach Alpha >0,60 dan memiliki nilai r hitung lebih besar dari pada r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel penjualan dikatakan reliabel dan konsisten.

5.3 Analisis Penjualan

Kegiatan penjualan dalam pemasaran adalah fungsi pemasaran dan program pemasaran yang tidak dapat diabaikan karena kegiatan penjualan memegang peranan penting dalam perusahaan baik itu untuk perusahaan dagang maupun untuk

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

perusahaan industri. Volume penjualan barang atau jasa suatu perusahaan kadangkala mengalami pasang surut. Gelombang turun naiknya penjualan tersebut dapat kecil dan biasa dan bias juga besar.

Hal ini yang menyebabkan dan mengharuskan perusahaan untuk berfikir tentang apa yang dapat mempengaruhi perkembangan penjualan**.** Kalau diperhatikan penjualan perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor:

5.3.1 Kondisi Pasar

Pasar, sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualan. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:

1. Permbeli Potensial

   Permbeli Potensial adalah permintaan masyarakat terhadap suatu barang dan jasa yang sebenarnya memiliki kemampuan untuk membeli, tetapi belum melaksanakan pembelian barang atau jasa tersebut.

   memiliki kemampuan namun belum tercapai untuk saat ini, Secara sederhana kata potensial sama dengan memiliki potensi. Istilah potensial pada umumnya mengacu pada kemampuan saat ini yang belum direalisasi.

   Adapun konsumen permintaan pada PT.Tiga Manunggal Abadi.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.6

Tanggapan Responden Mengenai Pembeli Potensial pada PT. Tiga Manunggal Abadi di Jalan Raya Pasir Putih

No	Klasifikasi Jawaban	Bobot	Responden		Nilai
			(orang)	(%)	
1	Sangat Memuaskan	5	7	23,3%	35
2	Memuaskan	4	18	60%	72
3	Cukup Memuaskan	3	4	13,3%	12
4	Tidak Memuaskan	2	1	3,3%	2
5	Sangat Tidak Memuaskan	1	-	-	-
Jumlah			30	100%	121
Skor Max 5x30					150
% Skor Jawaban					80,66%
Kriteria					Memuaskan

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian

Dari tabel diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai permbeli potensial pada PT. Tiga Manunggal Abadi yaitu responden paling banyak memberikan tanggapan memuaskan sebanyak 18 orang responden atau 60% dengan total skor 72, sedangkan responden yang menyatakan sangat memuaskan sebanyak 7

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

orang responden atau 23,3% dengan skor 35, selanjutnya yang menyatakan cukup memuaskan sebanyak 4 orang responden atau 13,3% dengan skor 12, selanjutnya yang menyatakan tidak memuaskan sebanyak 1 orang responden atau 3,3% dengan skor 2, dan tidak ada hasil tanggapan responden yang menyatakan sangat tidak memuaskan.

Berdasarkan hasil tanggapan responden tersebut dapat disimpulkan bahwa permintaan konsumen pada PT.Tiga Manunggal Abadi yaitu termasuk kedalam kategori memuaskan. Karena permintaan konsumennya sangat beragam dan datang dari berbagai daerah yang ada di kabupaten Kampar.

2. Persaingan Usaha Sejenis

Perusahaan yang baik harus memperhatikan cara saingnya memasarkan produk. PT. Tiga Manunggal Abadi bukan merupakan satu-satunya usaha yang menjual pupuk di jalan raya pasir putih. Ada beberapa pesaing yang merupakan perusahaan sejenis, untuk itu dalam hal penentuan pasar perusahaan perlu mempertimbangkan perusahaan pesaing tersebut.

Faktor persaingan merupakan salah satu faktor luar dari perusahaan yang dapat mempengaruhi penjualan dari perusahaan dan akan dapat pula menghambat dari kegiatan pemasaran dari suatu perusahaan. Setiap perusahaan yang menjalankan kegiatan pemasaran sering dihadapkan pada suatu kenyataan tentang persaingan di pasar. Timbulnya dari perusahaan lain menyebabkan perusahaan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

kadang kala tidak dapat menghindarinya. Apabila suatu perusahaan tidak mampu menghadapinya akan tersisih dalam lingkungan pemasaran.

Dalam kaitannya dengan persaingan, setiap perusahaan perlu memahami siapa pesaingnya, bagaimana posisi produk atau pasar pesaing tersebut apa strategi mereka, kekuatan dan kelemahan pesaing, struktur biaya pesaing dan kapasitas para pesaing. Untuk persaingan di daerah kabupaten Kampar ini cukup banyak memiliki pesaing usaha sejenis.

Adapun untuk mengetahui jumlah persaingan usaha sejenis yang ada di daerah pekanbaru dapat dilihat sebagai berikut:

1. PT. Pupuk Sriwidjaja, beralamat di Jl. Soekarno Hatta No.88, Labuh Baru Bar., Payung Sekaki , kota pekanbaru, riau..
2. PT Pupuk Iskandar Muda (PIM), beralamat di Jl. Soekarno - Hatta No.88, Labuh Baru Bar., Kec. Payung Sekaki, Kota Pekanbaru.
3. PT. Anugerah Pupuk Makmur, beralamat di l. Imam Munandar No.88 C, Tengkerang Tim., Kec. Tenayan Raya, Kota Pekanbaru.
4. PT. Pupuk Mahkota, beralamat di Jl. Durian No.52c, Labuh Baru Tim., Payung Sekaki, Kota Pekanbaru.
5. PT. Mega Eltra, beralamat di Jl. Datuk Setia Maharaja, Tengkerang Sel., Kec. Bukit Raya, Kota Pekanbaru.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.7

Tanggapan Responden Mengenai Persaingan Usaha Sejenis Pada PT. Tiga Manunggal Abadi di Jalan Raya Pasir Putih

No	Klasifikasi Jawaban	Bobot	Responden		Nilai
			(orang)	(%)	
1	Sangat Baik	5	10	33,3%	50
2	Baik	4	16	53,3%	64
3	Cukup Baik	3	3	10%	9
4	Tidak Baik	2	1	3,3%	2
5	Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
Jumlah			30	100%	125
Skor Max 5x30					150
% Skor Jawaban					83,33%
Kriteria					Baik

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian

Dari tabel diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai persaingan usaha sejenis pada PT. Tiga Manunggal Abadi yaitu responden paling banyak memberikan tanggapan baik sebanyak 16 orang responden atau 53,3% dengan total skor 64, sedangkan responden yang menyatakan sangat baik sebanyak 10 orang responden atau 33,3% dengan skor 50, sedangkan responden yang menyatakan cukup

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

baik sebanyak 3 orang responden atau 10% dengan skor 9, sedangkan responden yang menyatakan tidak baik sebanyak 1 orang responden atau 3,3% dengan skor 2, dan tidak ada hasil tanggapan responden yang menyatakan sangat tidak baik.

Berdasarkan hasil tanggapan responden tersebut dapat disimpulkan bahwa persaingan usaha sejenis pada PT.Tiga Manunggal Abadi yaitu termasuk kedalam kategori baik. Berdasarkan hasil tanggapan responden tersebut dapat disimpulkan bahwa persaingan usaha sejenis pada PT. Tiga Manunggal Abadi yaitu termasuk kedalam kategori baik. Karena banyaknya usaha sejenis yang berada di daerah ini menyebabkan persaingan antara PT. Tiga Manunggal Abadi dengan perusahaan sejenis.

3. Daya Beli

adalah kemampuan masyarakat (konsumen) untuk membeli barang yang dibutuhkan dan biasanya akan mengalami kondisi berupa peningkatan atau penurunan. Daya beli masyarakat ini terkait erat dengan permintaan.

Semakin rendah daya beli suatu masyarakat berkaitan erat dengan perekonomian pada saat itu yang sedang memburuk dengan demikian berarti semakin rendah kemampuan mansyarakat membeli suatau barang atau jasa.

Adapun untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai daya beli konsumen dalam membeli pupuk urea pada PT. Tiga Manunggal Abadi.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.8

Tanggapan Responden Mengenai Daya Beli Konsumen pada PT. Tiga Manunggal Abadi di Jalan Raya Pasir Putih

No	Klasifikasi Jawaban	Bobot	Responden		Nilai
			(orang)	(%)	
1	Sangat Baik	5	5	16,7%	25
2	Baik	4	22	73,3%	88
3	Cukup Baik	3	2	6,7%	6
4	Tidak Baik	2	1	3,3%	2
5	Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
Jumlah			30	100%	121
Skor Max 5x30					150
% Skor Jawaban					80,66%
Kriteria					Baik

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian

Dari tabel diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai daya beli konsumen pada PT. Tiga Manunggal Abadi yaitu responden yang paling banyak memberikan tanggapan baik sebanyak 22 orang responden atau 73,3% dengan total skor 88, sedangkan responden yang menyatakan sangat baik sebanyak 5 orang

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

responden atau 16,7% dengan total skor 25, sedangkan responden yang menyatakan cukup baik sebanyak 2 orang responden atau 6,7% dengan total skor 6, sedangkan responden yang menyatakan tidak baik sebanyak 1 orang responden atau 3,3% dengan total skor 2, dan tidak ada hasil tanggapan responden yang menyatakan sangat tidak baik. Berdasarkan hasil tanggapan responden tersebut dapat disimpulkan bahwa daya beli konsumen pada PT. Tiga Manunggal Abadi yaitu termasuk kedalam kategori baik.

5.3.2 Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan). Lain halnya dengan perusahaan kecil dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang melakukan fungsi-fungsi lain. Hal ini disebabkan karena jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit, sistem organisasinya lebih sederhana, masalah-masalah yang dihadapi, serta sarana yang dimilikinya juga tidak sekomplek perusaan besar. Biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh pimpinan dan tidak diberikan kepada orang lain.

1. Manajemen Perusahaan

   manajemen perusahaan adalah sebuah ketetapan yang disepakati yang di dalamnya sudah melalui proses perencanaan, penyusunan, pengendalian dan memimpin bermacam-macam usaha dari anggota entitas atau organisasi dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki dengan sebaik-baiknya untuk dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Dalam manajemen perusahaan, setiap keputusan dan tindakan seharusnya memberikan prioritas pertama pada kebutuhan pokok, yaitu daya laba. Daya laba ini merupakan satu-satunya penentu pada kelangsungan hidup perusahaan. Tugas dari manajemen perusahaan PT. Tiga Manunggal Abadi ini misalnya seperti perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian, motivasi dan koordinasi yang akan dilakukan oleh perusahaan.

Adapun untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai manajemen pada PT. Tiga Manunggal Abadi.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.9

Tanggapan Responden Mengenai Manajemen Perusahaan Pada PT. Tiga Manunggal Abadi di Jalan Raya Pasir Putih

No	Klasifikasi Jawaban	Bobot	Responden		Nilai
			(orang)	(%)	
1	Sangat Baik	5	4	13,3%	20
2	Baik	4	21	70%	84
3	Cukup Baik	3	5	16,7%	15
4	Tidak Baik	2	-	-	-
5	Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
Jumlah			30	100%	119
Skor Max 5x30					150
% Skor Jawaban					79,33%
Kriteria					Baik

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian

Dari tabel diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai manajemen perusahaan pada PT. Tiga Manunggal Abadi yaitu responden paling banyak memberikan tanggapan baik sebanyak 21 orang responden atau 70% dengan total skor 84, sedangkan responden yang menyatakan cukup baik 5 orang responden atau

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

16,7% dengan total skor 15, sedangkan responden yang menyatakan sangat baik 4 orang responden atau 13,3% dengan total skor 20, dan tidak ada hasil tanggapan responden yang menyatakan tidak baik dan sangat tidak baik. Berdasarkan hasil tanggapan responden tersebut dapat disimpulkan bahwa kenyamanan pembelian pada PT. Tiga Manunggal Abadi yaitu termasuk kedalam kategori baik.

2. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah manusia yang bekerja dilingkungan suatu organisasi (disebut juga personil, tenaga kerja, pekerja, dan karyawan). Sumber daya manusia yang ada pada PT. Tiga Manunggal Abadi ini adalah seperti pimpinan, karyawan dan tenaga kerja lainnya. Manajemen SDM merupakan program aktivitas untuk mendapatkan sumber daya manusia, mengembangkan, memelihara dan mendayagunakannya. Dengan tujuan untuk mendukung organisasi mencapai tujuannya.

Sumber daya manusia saat ini memiliki pengaruh besar pada sebuah perusahaan di mana sekarang berada pada perubahan lingkungan bisnis yang sulit untuk diprediksi dan tidak lagi stabil. Perusahaan harus fleksibel tidak lagi bersikap kaku *(*organizational rigidity*)*.

Kegiatan bisnis tidak lagi di jalankan berdasarkan aturan saja, melainkan juga dikendalikan oleh visi dan nilai. Oleh karena itu, memerlukan kemampuan SDM yang dapat diandalkan, memiliki wawasan, kreatifitas, pengetahuan, dan sevisi dengan perusahaan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Adapun untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai sumber daya manusia pada PT. Tiga Manunggal Abadi.

Tabel 5.10

Tanggapan Responden Mengenai Sumber Daya Manusia Pada PT. Tiga Manunggal Abadi di Jalan Raya Pasir Putih

No	Klasifikasi Jawaban	Bobot	Responden		Nilai
			(orang)	(%)	
1	Sangat Baik	5	5	16,7%	25
2	Baik	4	18	60%	72
3	Cukup Baik	3	7	23,3%	21
4	Tidak Baik	2	-	-	-
5	Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
Jumlah			30	100%	118
Skor Max 5x30					150
% Skor Jawaban					78,66%
Kriteria					Baik

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian

Dari tabel diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai manajemen perusahaan pada PT. Tiga Manunggal Abadi yaitu responden paling banyak memberikan tanggapan baik sebanyak 18 orang responden atau 60% dengan total

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

skor 72, sedangkan responden yang menyatakan cukup baik 7 orang responden atau 23,3% dengan total skor 21, sedangkan responden yang menyatakan sangat baik 5 orang responden atau 16,7% dengan total skor 25, dan tidak ada hasil tanggapan responden yang menyatakan tidak baik dan sangat tidak baik. Berdasarkan hasil tanggapan responden tersebut dapat disimpulkan bahwa kenyamanan pembelian pada PT. Tiga Manunggal Abadi yaitu termasuk kedalam kategori baik.

3. Fasilitas Penjualan

Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melanjarkan pelaksanaan suatu usaha. Di era modern seperti saat ini fasilitas merupakan hal yang sangat penting. Baik itu fasilits yang disediakan oleh pemerintah maupun swasta.

Banyak negara yang berlomba-lomba untuk menyediakan fasilitas yang terbaik untuk menarik para investor. Tak jarang bila fasilitas menjadi tolok ukur negara maju. Semakin maju negara tesebut maka semakin lengkap fasilitas yang disediakan.

Semua faktor pendukung penjualan merupakan salah satu hal yang banyak diperhatikan oleh para konsumen pupuk urea. Ketersediaan dari fasilitas ini akan memberikan nilai tambah yang akan membuat keputusan konsumen lebih kuat untuk membeli pada PT. Tiga Manunggal Abadi. Fasilitas yang dimiliki PT. Tiga Manunggal Abadi pada saat ini adalah :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1. gudang penyimpanan

Gudang merupakan suatu fasilitas yang berfungsi sebagai lokasi penyaluran barang dari supplier (pemasok), sampai ke end user (pengguna). Dalam praktik operasional setiap perusahaan cenderung memiliki suatu ketidakpastian akan permintaan. Hal ini mendorong timbulnya kebijakan dari perusahaan untuk melakukan sistem persediaan (inventory) agar permintaan dapat diantisipasi dengan cermat.

Dengan adanya kebijakan mengenai *inventory* ini mendorong perusahaan untuk menyediakan fasilitas gudang sebagai tempat untuk menyimpan barang inventory. Secara umum gudang diperlukan dengan empat tujuan sebagai berikut:

1. Pengurangan biaya transportasi dan produksi.

   Gudang memiliki peranan penting dalam proses pengendalian dan pengurangan biaya transportasi dan produksi, pada dasarnya gudang berkaitan erat dengan persediaan pupuk urea namun pada posisi tertentu gudang dapat mengurangi biaya transportasi dan produksi.

2. Pengkoordinasian antara penawaran dengan permintaan.

   Gudang mempunyai peranan dalam hal mengkoordinasikan antara penawaran dengan permintaan, hal ini disebabkan karena permintaan pasar tidak selalu bisa diproyeksikan secara akurat sedangkan proses penawaran suatu barang harus terus berjalan. Untuk itu diperlukan sebuah gudang

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

untuk menyimpan barang pada saat volume produksi naik dan volume permintaan menurun.

3. Kebutuhan produksi.

   Dalam suatu produksi tentunya akan menghasilkan pupuk yang berkualitas, jenis pupuk yang bisa langsung dikonsumsi dan ada juga barang yang harus disimpan terlebih dahulu untuk dikonsumsi. Contoh dari pupuk ini adalah pupuk urea, untuk barang seperti ini dan karakteristik serupa memerlukan gudang sebagai tempat penyimpanan pupuk ini untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

4. Kebutuhan pasar.

   Pupuk urea yang telah di pasaran memiliki pupuk yang bagus, yang diminta selalu ada oleh konsumen. Agar pasokan barang tersebut tidak terputus maka diperlukan gudang yang relatif dekat dengan pasar sebagai media pendistribusian untuk memenuhi kebutuhan pasar.

   1. Lokasi penjualan yang cukup besar.
   2. Kursi yang nyaman untuk pembeli dan penyejuk ruangan.

Adapun untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai fasilitas penjualan yang diberikan oleh PT. Tiga Manunggal Abadi.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.11

Tanggapan Responden Mengenai Fasilitas Penjualan Pada PT. Tiga Manunggal Abadi di Jalan Raya Pasir Putih

No	Klasifikasi Jawaban	Bobot	Responden		Nilai
			(orang)	(%)	
1	Sangat Baik	5	4	13,3%	20
2	Baik	4	21	70%	84
3	Cukup Baik	3	5	16,7%	15
4	Tidak Baik	2	-	-	-
5	Sangat Tidak Baik	1	-	-	-
Jumlah			30	100%	119
Skor Max 5x30					150
% Skor Jawaban					79,33%
Kriteria					Baik

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian

Dari tabel diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai manajemen perusahaan pada PT. Tiga Manunggal Abadi yaitu responden paling banyak memberikan tanggapan baik sebanyak 21 orang responden atau 70% dengan total skor 84, sedangkan responden yang menyatakan cukup baik 5 orang responden atau

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

16,7% dengan total skor 15, sedangkan responden yang menyatakan sangat baik 4 orang responden atau 13,3% dengan total skor 20, dan tidak ada hasil tanggapan responden yang menyatakan tidak baik dan sangat tidak baik. Berdasarkan hasil tanggapan responden tersebut dapat disimpulkan bahwa kenyamanan pembelian pada PT. Tiga Manunggal Abadi yaitu termasuk kedalam kategori baik.

5.3.3 Faktor Lain

Kebijaksanaan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen pembeli pupuk urea pada PT. Tiga Manunggal Abadi sangat penting artinya untuk menjaga kepuasan konsumen.

1. Harga Jual

   Harga jual adalah besaran harga yang dikenakan atau dibebankan kepada konsumen yang didapat dari perhitungan biaya produksi ditambah dengan biaya nonproduksi serta laba yang diinginkan. Penentuan harga jual sangat penting dilakukan oleh perusahaan karena dengan demikian konsumen dapat memilih serta mempertimbangkan dengan tepat pupuk apa yang akan dibeli sesuai dengan kemampuan keuangan yang dimiliki, harga jual dapat dijadikan sebagai pembanding dengan harga pupuk yang sama di perusahaan lain.

   Salah satu kebijakan perusahaan yang penting adalah keputusan untuk menetapkan harga jual pada produknya agar *profitable* dan *marketable*.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Banyak faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual selain biaya dari pembuatan produk itu sendiri.

Adapun untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai harga jual pada PT. Tiga Manunggal Abadi.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.12

Tanggapan Responden Mengenai Harga Jual Pada PT. Tiga Manunggal Abadi di Jalan Raya Pasir Putih

No	Klasifikasi Jawaban	Bobot	Responden		Nilai
			(orang)	(%)	
1	Sangat Terjangkau	5	9	30%	45
2	Terjangkau	4	19	63,3%	76
3	Cukup Terjangkau	3	2	6,7%	6
4	Tidak Terjangkau	2	-	-	-
5	Sangat Tidak Terjangkau	1	-	-	-
Jumlah			30	100%	127
Skor Max 5x30					150
% Skor Jawaban					84,66%
Kriteria					Terjangkau

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian

Dari tabel diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai manajemen perusahaan pada PT. Tiga Manunggal Abadi yaitu responden paling banyak memberikan tanggapan terjangkau sebanyak 19 orang responden atau 63,3% dengan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

total skor 76, sedangkan responden yang menyatakan sangat terjangkau 9 orang responden atau 30% dengan total skor 45, sedangkan responden yang menyatakan cukup terjangkau 2 orang responden atau 6,7% dengan total skor 6, dan tidak ada hasil tanggapan responden yang menyatakan tidak terjangkau dan sangat tidak terjangkau. Berdasarkan hasil tanggapan responden tersebut dapat disimpulkan bahwa kenyamanan pembelian pada PT. Tiga Manunggal Abadi yaitu termasuk kedalam kategori terjangkau.

2. Saluran Distribusi

Saluran distribusi adalah untuk menyalurkan pupuk urea dari produsen kepada konsumen, dalam bentuk pelayanan pemindahan barang atau perpindahan hak kepemilikan untuk mendapatkan keuntungan. Saluran distribusi biasanya mengikut sertakan unsur produsen, konsumen, juga perantara juga adalah bagian dari saluran distribusi walaupun mereka tidak mempunyai hak terhadap barang.

Saluran distribusi begitu penting agar dijaga dan dipertahankan dengan baik. Karena saluran distribusi adalah rangkaian jalur yang membawa produk dari produsen ke konsumen, jika saluran distribusi tersebut tidak efektif dan efisien maka masing-masing produk yang nantinya sampai di tangan konsumen akan mengalami masalah,yang nantinya merugikan produsen sendiri dan konsumen tentunya.

Fungsi utama saluran distribusi adalah menyalurkan barang dari produsen ke konsumen atau dari perusahaan kepada pelanggan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Adapun untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai saluran distribusi pada PT. Tiga Manunggal Abadi.

Tabel 5.13

Tanggapan Responden Mengenai Saluran Distribusi Pada PT. Tiga Manunggal Abadi di Jalan Raya Pasir Putih

No	Klasifikasi Jawaban	Bobot	Responden		Nilai
			(orang)	(%)	
1	Sangat Bagus	5	4	13,3%	20
2	Bagus	4	23	76,7%	92
3	Cukup Bagus	3	3	10%	9
4	Tidak Bagus	2	-	-	-
5	Sangat Tidak Bagus	1	-	-	-
Jumlah			30	100%	121
Skor Max 5x30					150
% Skor Jawaban					80,66%
Kriteria					Bagus

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian

Dari tabel diatas dapat diketahui tanggapan responden mengenai manajemen perusahaan pada PT. Tiga Manunggal Abadi yaitu responden paling banyak

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

memberikan tanggapan bagus sebanyak 23 orang responden atau 76,7% dengan total skor 92, sedangkan responden yang menyatakan sangat bagus 4 orang responden atau 13,3% dengan total skor 20, sedangkan responden yang menyatakan cukup bagus 3 orang responden atau 10% dengan total skor 9, dan tidak ada hasil tanggapan responden yang menyatakan tidak bagus dan sangat tidak bagus. Berdasarkan hasil tanggapan responden tersebut dapat disimpulkan bahwa kenyamanan pembelian pada PT. Tiga Manunggal Abadi yaitu termasuk kedalam kategori bagus.

Berikut dapat dilihat tabel rekapitulasi dari analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan dengan 4 dimensi yaitu: kondisi dan kemampuan penjual, kondisi pasar, kondisi organisasi perusahaan,dan faktor lain.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.14

Rekapitulasi Dimensi dan Indikator

Dimensi	Indikator	Total Skor %
Kondisi Pasar	Permbeli Potensial	80,66%
	Persaingan	83,33%
	Daya Beli	80,66%
Total		**244,65**
Rata-Rata		**81,55%**
Kondisi Organisasi Perusahaan	Manajemen	79,33%
	Sumber Daya Manusia	78,66%
	Fasilitas	79,33%
Total		**237,32**
Rata-Rata		**79,10%**
Faktor Lain	Harga Jual	84,66%
	Saluran Distribusi	80,66%
Total		**165,32**
Rata-Rata		**82,66%**

Sumber: Data Olahan Hasil Penelitian

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Berdasarkana tabel rekapitulasi dimensi dan indikator diatas dengan indikator kondisi pasar, kondisi organisasi perusahaan, dan faktor lain dapat diketahui total pada variabel kondisi pasar 244,65 dengan rata-rata 81,55%, total pada variabel kondisi organisasi perusahaan 237,32 dengan rata-rata 79,10%, total pada variabel faktor lain 165,32 dengan rata-rata 82,66%.

Maka dapat disimpulkan bahwa faktor yang paling mempengaruhi penjualan pada PT. Tiga Manunggal Abadi di jalan raya pasir putih adalah variabel kondisi pasar. Hal ini terlihat dari jumlah rata-rata variabel kondisi pasar lebih besar dari pada variabel yang lainnya.

5.4. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan pupuk urea pada PT. Tiga Manunggal Abadi adalah kondisi dan kemampuan penjual, kondisi pasar, kondisi organisasi perusahaan, dan faktor lain. Dari hasil jawaban kuesioner pada PT. Tiga Manunggal Abadi tentang penjualan.

Rata-rata responden yang menjawab pembeli potensial terhadap penjualan yaitu sebanyak 80,66% responden, ini menunjukkan rata-rata responden yang menjawab persaingan usaha sejenis, penjualan yang dilakukan perusahaan sudah baik. Kemudian, rata-rata responden yang menjawab sebanyak 83,33% responden, ini menunjukkan bahwa yang dilakukan persaingan usaha sejenis, pada PT. Tiga Manunggal Abadi baik. Kemudian jawaban responden tentang daya beli, rata-rata responden menjawab sebanyak 80,66%, ini menunjukkan bahwa daya beli

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

konsumen bias berubah-rubah sehingga tidak bias diprediksi. Kemudian jawaban responden tentang manajemen menjawab sebanyak 79,33%. ini menunjukkan bahwa manajemen yang diberikan PT. Tiga Manunggal Abdi ke konsumen bagus. Kemudian jawaban responden tentang sumber daya manusia, rata-rata responden menjawab sebanyak 78,66%, ini menunjukkan bahwa sumber daya manusia di PT. Tiga Manunggal Abadi baik.Kemudian jawaban responden tentang fasilitas, rata-rata responden menjawab sebanyak 79,33%, ini menunjukkan bahwa fasilitas di PT. Tiga Manunggal Abadi sudah terjangkau. Kemudian jawaban responden tentang harga jual rata-rata responden menjawab sebanyak 84,66%, ini menunjukkan bahwa harga jual di PT. Tiga Manunggal Abadi sudah terjangkau. Kemudian jawaban responden tentang saluran distribusi, rata-rata responden menjawab sebanyak 80,66%, ini menunjukkan bahwa saluran distribusi di PT. Tiga Manunggal Abadi sudah baik.

Kemudian hasil analisis deskriptif, selera konsumen dan pelayanan mempengaruhi penjuala pupuk urea pada PT. Tiga Manunggal Abadi. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, selera konsumen dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap penjualan pupuk urea.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari penelitian diatas mengenai ANALISIS PENJUALAN PUPUK UREA PADA PT. TIGA MANUNGGAL ABADI, maka penulis mencoba mengemukakan dan memberikan beberapa kesimpulan mengenai perusahaan tersebut. Yang dapat dijadikan sebagai bahan masukan yang berguna bagi PT. Tiga Manunggal Abadi:

1. Dari hasil pengisian kuesioner oleh para responden penelitian ini yang terdiri dari pimpinan, karyawan, dan konsumen mengenai faktor yang mempengaruhi penjualan yang terdiri dari variabel kondisi pasar diperoleh kesimpulan yang meliputi:
   a. Permbeli Potensial, berdasarkan hasil tanggapan responden diperoleh hasil memuaskan, hal ini terlihat dari jawaban responden penelitian ini yang sebagian besar berpendapat memuaskan yaitu sebanyak 18 orang responden dengan total skor 121.
   b. Persaingan Usaha Sejenis, berdasarkan hasil tanggapan responden diperoleh hasil baik, hal ini terlihat dari jawaban responden penelitian ini yang sebagian besar berpendapat baik yaitu sebanyak 16 orang responden dengan total skor 125.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

c. Daya Beli Konsumen, berdasarkan hasil tanggapan responden diperoleh hasil baik, hal ini terlihat dari jawaban responden penelitian ini yang sebagian besar berpendapat baik yaitu sebanyak 22 orang responden dengan total skor 121.

d. Daya Beli Konsumen, berdasarkan hasil tanggapan responden diperoleh hasil baik, hal ini terlihat dari jawaban responden penelitian ini yang sebagian besar berpendapat baik yaitu sebanyak 22 orang responden dengan total skor 121.

2. Dari hasil pengisian kuesioner oleh para responden penelitian ini yang terdiri dari pimpinan, karyawan, dan konsumen mengenai faktor yang mempengaruhi penjualan yang terdiri dari variabel kondisi organisasi perusahaan diperoleh kesimpulan yang meliputi:

a. Perngalaman dan kemampuan manajemen, berdasarkan hasil tanggapan responden diperoleh hasil baik, hal ini terlihat dari jawaban responden penelitian ini yang sebagian besar berpendapat baik yaitu sebanyak 21 orang responden dengan total skor 119.

b. Sumber Daya Manusia, berdasarkan hasil tanggapan responden diperoleh hasil baik, hal ini terlihat dari jawaban responden penelitian ini yang sebagian besar berpendapat baik yaitu sebanyak 18 orang responden dengan total skor 118.

c. Fasilitas Penjualan, berdasarkan hasil tanggapan responden diperoleh hasil baik, hal ini terlihat dari jawaban responden penelitian ini yang sebagian besar berpendapat baik yaitu sebanyak 21 orang responden dengan total skor 119.

3. Dari hasil pengisian kuesioner oleh para responden penelitian ini yang terdiri

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

dari pimpinan, karyawan, dan konsumen mengenai faktor yang mempengaruhi penjualan yang terdiri dari variabel kondisi faktor lain diperoleh kesimpulan yang meliputi:

a. Harga Jual, berdasarkan hasil tanggapan responden diperoleh hasil terjangkau, hal ini terlihat dari jawaban responden penelitian ini yang sebagian besar berpendapat terjangkau yaitu sebanyak 21 orang responden dengan total skor 127.
b. Saluran Distribusi, berdasarkan hasil tanggapan responden diperoleh hasil bagus, hal ini terlihat dari jawaban responden penelitian ini yang sebagian besar berpendapat bagus yaitu sebanyak 23 orang responden dengan total skor 121.

6.2 Saran-Saran

1. Dalam meningkatkan volume penjualannya perusahaan sebaiknya tetap mengevaluasi terhadap fackor pesaing yang ada pada lingkungan PT. Tiga Manunggal Abadi di jalan raya pasir putih.
2. Dari segi pelayanan ke konsumen hendaknya lebih ditingkatkan lagi, semakin bagus pelayanan yang diberikan oleh PT. Tiga Manunggal Abadi maka akan memberi pengaruh kepada penjualan dan image perusahaan. Bagaimanapun yang harus diperhatikan oleh perusahaan bagaimana agar konsumen tidak merasa kecewa.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3. Selain itu perusahaan juga harus memiliki system yang baik, dimana dalam sistem tersebut perusahaan dapat membaca dan mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga konsumen benar-benar merasa puas.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR PUSTAKA

Swastha, Basu. 2017. Manajemen Penjualan, Edisi 3. Yokyakarta: BPFE

Swastha, Basu. 2011. Manajemen Penjualan, Jakarta: Erlangga

Swastha, Basu. 2013. Azas – Azas Marketing, Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat

Sulistiyowati, Leny. 2011. Pengertian Penjualan. Jakarta: Bumi Aksara

Hurriyati, Ratih. 2015. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung : CV.ALFABETA

Arijanto, Agus. 2014. Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis, Edisi 3. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada

Gunara, Thorik. 2007. Marketing Muhammad Strategi Andai dan jitu praktik bisnis Nabi Muhammad saw, Bandung: PT. Karya Kita

Swastha, Basu. 2012. Manajemen Penjualan, Edisi 3. Penerbit BPFE, Yogyakarta

Rangkuti, freddy. 2009. Strategi Promosi yang keratif dan analisis kasus integrated marketing communication. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Kotler, Philip. 1993. Manajemen Pemasaran, Edisi 7. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia

Nitisemito, Manajemen Pemasaran, penerbit Harvindo, Jakarta 2001

Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran jilid I. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Media

Murshid. 2010. Manajemen Pemasaran, Bumi Aksara, Jakarta

Herman, Atang. 2007. Marketing, Penerbit Armico, Bandung

Sistaningrum, E. 2002. Manajemen Penjualan produk. Yogyakarta: Kanisius

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :