

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan usaha di bidang jasa penyedia transportasi sekarang ini semakin pesat. Sehingga pihak-pihak yang berkepentingan di dalam perusahaan jasa transportasi harus bekerja keras untuk dapat menghadapi persaingan tersebut dan untuk tetap dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Tujuan perusahaan untuk memperoleh laba yang optimal menjadi hal yang sangat sulit untuk dicapai. Terlebih lagi bagi perusahaan yang menyediakan jasa yang sejenis, persaingan harga pun akan tampak. Hal inilah yang menjadi tantangan tersendiri bagi para pengusaha, karena seperti yang telah diketahui, persaingan dalam dunia bisnis pastilah menjadi tantangan utama dalam menjalankan suatu kegiatan bisnis.

Setiap perusahaan pasti mempunyai harapan dan tujuan yang ingin dicapai sesuai bidang usahanya. Harapan dan tujuan tersebut antara lain adalah untuk mempertahankan kestabilan perusahaan. Masyarakat dalam hal ini menjadi penilai apakah suatu perusahaan sudah berhasil dalam menjalankan perusahaannya. Keberhasilan suatu perusahaan tentunya tidak lepas dari kinerja manajemennya. Kinerja tersebut merupakan hasil dari serangkaian proses dan pengorbanan berbagai sumber daya. Salah satu parameter kinerja tersebut adalah penjualan. Penjualan suatu perusahaan seringkali mengalami fluktuasi. Misalnya jumlah penjualan mengalami kenaikan pada bulan-bulan tertentu dan penurunan pada bulan-bulan yang lain. Naik turunnya jumlah penjualan tersebut merupakan 2 hal yang sudah biasa dalam dunia usaha. Agar tujuan perusahaan dalam meningkatkan hasil penjualan tercapai maka perusahaan harus mempunyai cara-cara atau metode-metode yang digunakan sebagai pedoman.

Dimasa pandemik Covid-19 ini perusahaan tidak melakukan evaluasi kinerja karyawan dan tidak adanya analisis penjualan menjadikan perusahaan tersebut tidak berkembang. Untuk dapat mengetahui penyebab dari masalah tersebut perlu dilakukan analisis penjualan, sehingga dapat diketahui strategi pemasaran yang harus dilakukan.

Oleh karena itu *Sales Trend Percentage* bertujuan untuk mengetahui permasalahan yang terus berkembang tanpa adanya penyelesaian. Untuk itu manajemen perusahaan harus bisa bekerja keras untuk melihat keadaan tersebut, sehingga perusahaan dapat mengetahui permasalahan-permasalahan apa saja yang menyebabkan naik ataupun turunnya jumlah penjualan diperusahaan tersebut. Bagi perusahaan yang sudah mengetahui penyebab naik turunnya penjualan, langkah selanjutnya tim manajerial harus menentukan keputusan yang tepat sesuai pemetaan masalah baik secara intern maupun ekstern perusahaan.

PT. Darpa Ashiya Manunggal mengharapkan bisa menambah pelanggan baru ditahun 2021. Agar penjualan perusahaan tersebut bisa lebih baik dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian kualitatif dengan judul “Analisis *Sales Trend Percentage by Product Line* di PT. Darpa Ashiya Manunggal”. Penulis menggunakan data primer (*invoice* penjualan) sebagai data yang digunakan untuk analisis.

Alasan penulis memilih objek tersebut dikarenakan penulis sudah melakukan wawancara terlebih dahulu kepada pemilik perusahaan mengenai permasalahan yang ada, yang mana hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi perusahaan tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan permasalahan pada penelitian ini, yaitu:

1. Apakah ada kenaikan atau penurunan yang signifikan sehingga mempengaruhi strategi pemasaran?
2. Menyusun strategi apakah yang seharusnya dilakukan PT. Darpa Ashiya Manunggal dalam mengungguli persaingan?
3. Apakah strategi yang selama ini dilakukan oleh PT. Darpa Ashiya Manunggal sudah tepat dan baik sehingga dapat mengungguli para pesaing?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan tersebut, maka tujuan penelitian ini, adalah:

1. Untuk mengetahui strategi apa yang bisa digunakan agar penjualan naik.
2. Menyusun strategi apa yang seharusnya digunakan PT. Darpa Ashiya Manunggal agar unggul dalam persaingan.
3. Mengetahui strategi yang digunakan oleh PT. Darpa Ashiya Manunggal selama ini apakah sudah tepat dan baik.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Universitas
Dapat menjadi bahan bacaan pengetahuan tentang *sales trend percentage* sehingga memberikan tambahan pengetahuan bagi mahasiswa jurusan Manajemen Pemasaran.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi PT. Darpa Ashiya Manunggal mengenai analisis model *Sales Trend Percentage By Product Line* dalam menentukan strategi *marketing*.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian berikutnya dengan variabel lain dalam melakukan penelitian terhadap *sales trend*.

1.5 Batasan Masalah

Pada penelitian ini, penulis hanya memfokuskan pada angka kenaikan dan penurunan penjualan dari Januari 2019 sampai Desember 2020 yang kemudian akan dianalisis menggunakan *sales trend percentage*.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam tugas akhir ini, disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan batasan masalah.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi literatur yang mendasari topik penelitian pada umumnya, dan model konseptual penelitian pada umumnya.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan desain penelitian, tahapan penelitian, operasionalisasi variabel, waktu dan tempat penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi analisis dari hasil pengolahan data dan pembahasan mengenai *sales trend percentage*.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi beberapa kesimpulan dan implikasi manajerial dari hasil penelitian.

