

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian merupakan sektor yang sangat penting karena dapat mengurangi kegagalan pasar dan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Perekonomian didukung oleh beberapa sektor yaitu sektor pemerintah, perusahaan dan masyarakat. Peran pemerintah dalam ekonomi yaitu mengendalikan perekonomian dengan berbagai kebijakan ekonomi untuk memakmurkan warga negara, sedangkan peran perekonomian di dalam perusahaan, perusahaan berperan sebagai produsen, distributor dan konsumen, peran utama produsen merupakan peran utama dalam perusahaan karena telah menjadi tempat berlangsungnya produksi, dan perekonomian dalam masyarakat salah satunya dengan membayar pajak agar pengeluaran pemerintah stabil dan mencegah terjadinya inflasi. Pembangunan ekonomi memiliki tujuan kesejahteraan masyarakat. Salah satu pihak yang berperan penting di dalam perekonomian di Indonesia yaitu perusahaan.

Perusahaan memiliki 3 tingkatan yaitu usaha menengah kecil, menengah dan besar. Tujuan dari perusahaan itu sendiri untuk mendapatkan keuntungan. Perusahaan bisa berbentuk sebagai penghasil barang atau jasa. Perusahaan jasa merupakan perusahaan suatu kegiatan usaha untuk memperoleh pendapatan dengan pelayanan tertentu. Bidang usaha jasa meliputi jasa transportasi, jasa penginapan, jasa kesehatan serta jasa pengiriman barang. Perusahaan penyediaan jasa pengiriman barang memegang perananan penting karena setiap orang serta perusahaan dapat dengan mudah mengirimkan barang melalui perusahaan jasa pengiriman barang.

Perusahaan yang menghasilkan barang atau jasa membutuhkan strategi yang tepat untuk dapat memperoleh keuntungan dari produk yang dihasilkan, oleh karena itu dibutuhkananya peran dari kegiatan pemasaran. Peningkatan dan pengoptimalan volume penjualannya perusahaan perlu menerapkan strategi

bauran pemasaran atau marketing mix. Bauran pemasaran digunakan oleh perusahaan dalam hal untuk menghasilkan produk yang sesuai, penetapan struktur harga yang sesuai, dan aktivitas promosi untuk memperkenalkan produk kepada konsumen.

Bauran pemasaran berperan penting untuk keberlangsungan hidup suatu perusahaan, selain produk yang berkualitas, harga yang bersaing, saluran distribusi yang mudah dijangkau, dan promosi juga merupakan unsur yang harus diperhatikan, bahkan promosi merupakan tulang punggung keberhasilan perusahaan.

Promosi digunakan sebagai salah satu faktor yang berperan penting dalam kegiatan marketing mix dalam suatu perusahaan. Promosi sebagai suatu indikator komunikasi pemasaran yang kegiatannya dilakukan oleh pembeli dan penjual. Promosi juga sebagai kegiatan pemasaran yang membantu menyebarkan informasi membujuk atau mengingatkan pasar atas sasaran perusahaan dan produknya dalam pengambilan keputusan untuk bersedia menerima, memakai dan membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Promosi memegang peranan yang penting bagi usaha dagang atau usaha yang bergerak dibidang jasa, semua usaha pasti memiliki tujuan untuk menghasilkan pemasukan atau omset yang menguntungkan, tapi jika tidak didukung dengan kegiatan promosi maka omset yang diharapkan belum tentu bisa diraih. Setiap perusahaan dituntut kemampuannya untuk merumuskan sekaligus menerapkan sistem pemasaran yang tepat agar permasalahan yang dihadapi dapat diselesaikan dengan baik sehingga perusahaan dapat meningkatkan penjualan.

Kegiatan *personal selling* memiliki peranan yang sangat penting di dalam penjualan suatu produk ataupun jasa di perusahaan. *Personal selling* merupakan salah satu kegiatan promosi yang dapat digunakan perusahaan karena *personal selling* berfungsi sebagai orang yang menjadi penghubung antara perusahaan dengan pelanggan. *Personal selling* juga merupakan cara yang paling efektif untuk meyakinkan pembeli atau calon konsumen.

Personal selling atau penjualan pribadi suatu proses yang dapat membantu dan membujuk satu atau lebih calon konsumen untuk membeli barang atau jasa atau bertindak sesuai ide tertentu dengan menggunakan presentasi komunikasi tatap muka. *Personal selling* memiliki kekurangan dan kelebihan atau keuntungan dalam proses penjualan. Keuntungan dari penjualan tatap muka atau *personal selling* ialah penjual dapat menyampaikan lebih jelas dan lebih banyak informasi dibandingkan sarana promosi lain. Dan karena penjual dapat berhubungan langsung dengan pelanggan beberapa kali, penjual dapat memanfaatkan sejumlah besar waktu untuk mengajarkan pelanggan mengenai keunggulan dan ciri-ciri produk atau jasa.

PT. Vira Surya Utama Palembang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa ekspedisi angkutan darat, bertujuan untuk pelayanan jasa pengiriman barang didalam kota maupun diluar kota. Berbagai jenis barang yang sering dikirim perusahaan ini berupa ban kendaraan dalam berbagai ukuran, mesin-mesin dan peralatan, buku dan alat tulis, alat-alat pertanian, dan barang-barang kelontongan. Diantara bauran promosi yang ada PT Vira Utama menggunakan bauran promosi penjualan secara langsung atau *personal selling*. Proses *personal selling* yang dilakukan oleh PT Vira Surya Utama ialah dengan presentasi pribadi oleh wiraniaga perusahaan yang dilakukan ke pasar-pasar sekitar untuk membangun hubungan pelanggan dengan menggunakan komunikasi *person to person* dengan melibatkan interaksi secara langsung antara penjual dan pembeli yang dimana wiraniaga menjelaskan tentang keuntungan dan kelebihan apabila menggunakan jasa PT Vira Surya Utama serta wiraniaga harus dapat mengatasi keberatan yang diajukan oleh konsumen melalui pendekatan yang positif, seperti meminta pembeli menjelaskan keberatan mereka, bertanya kepada pembeli dengan cara yang mengharuskan pembeli tersebut menjawab sendiri keberatan-keberatannya, menyangkal kebenaran keberatan tersebut, atau mengubah keberatan menjadi alasan untuk menggunakan jasa PT Vira Surya Utama. Adapun data jumlah pengguna jasa pengiriman PT Vira Surya Utama dapat dilihat pada tabel di bawah ini

Tabel I.I
Jumlah Pengguna Jasa

No	Tahun	Pengguna Jasa
1	2019	1858
2	2020	1800
3	2021	1891

Sumber : PT Vira Surya Utama Palembang, 2022

Dari tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa jumlah pengguna jasa yang mengirimkan barang dari tahun ke tahun mengalami naik turun. Oleh karena itu berdasarkan uraian tersebut diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“STRATEGI PERSONAL SELLING PADA PT VIRA SURYA UTAMA PALEMBANG”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tahapan dalam proses *personal selling* yang dilakukan sales dalam meningkatkan pelanggan pada PT Vira Surya Utama Palembang?
2. Hambatan apa saja yang dihadapi oleh salesman dalam melakukan kegiatan *personal selling*?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar penulisan laporan ini lebih terarah dan tidak terjadi penyimpangan dari permasalahan, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan yaitu

1. Tahapan dalam proses *personal selling* yang dilakukan sales dalam meningkatkan pelanggan pada PT Vira Surya Utama Palembang.

2. Hambatan yang dihadapi oleh salesman dalam melakukan kegiatan *personal selling*.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis mengadakan penelitian ini yaitu:
Untuk mengetahui :

1. Bagaimana tahapan *personal selling* yang dilakukan sales dalam meningkatkan pelanggan pada PT Vira Surya Utama Palembang.
2. Apa saja Hambatan yang dihadapi oleh sales dalam melakukan kegiatan *personal selling*.

1.4.2 Manfaat penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Dapat mengaplikasikan teori yang telah dipelajari selama di perkuliahan dalam situasi dan kondisi serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan khususnya mengenai dalam ilmu Manajemen Pemasaran.

2. Bagi Perusahaan

Tulisan ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan bahan koreksi bagi pihak PT Vira Surya Utama Palembang

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada pembahasan terkait strategi *personal selling* yang dilakukan oleh PT Vira Surya Utama Palembang yang berlokasi di Jl. Kapten Cek Syeh No.251a, 18 Ilir, Kec. Ilir Tim. I, Kota Palembang, Sumatera Selatan

1.5.2 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis dan sumber data yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian ini yaitu menggunakan data primer dan sekunder. Menurut Yusi dan Idris (2016:109), berdasarkan cara memperoleh data dibagi menjadi dua yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari obyeknya. Pada Penelitian ini data primer diperoleh dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan di PT Vira Surya Utama Palembang

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari buku-buku referensi, jurnal-jurnal penelitian dan studi pustaka didapatkan dari lembaga maupun perusahaan atau pihak-pihak yang berkaitan dengan PT Vira Surya Utama Palembang.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut Bungin (2017:133) teknik pengumpulan data merupakan bagian instrumen pengumpulan data yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Adapun dalam teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai bahan penyusunan Laporan Akhir ini adalah:

1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Dalam peneliti menggunakan pengamatan panca indera dengan mengamati langsung lokasi penelitian. Tujuan observasi ini agar lebih mengenal situasi yang berada

didalamnya dan dapat menggumpulkan keterangan yang lebih banyak.

2. Wawancara

Wawancara merupakan proses penelitian dengan cara bertatap muka dan tanya jawab. Wawancara dilakukan dengan orang-orang yang dipilih sebagai informan, bertatap muka langsung dengan menggunakan *indepth interview* dimana pelaksanaanya lebih bebas. Peneliti pun memperoleh gambaran yang lebih luas, serta dapat memperkaya pandangan peneliti.

3. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Riset kepustakaan merupakan teknik penyusunan laporan dengan cara mencari basis data dalam sebuah buku atau literasi yang terkait. Dalam hal ini, peneliti mengambil data dan informasi yang berhubungan dengan masalah melalui buku, artikel, internet dan literasi lainnya.

1.5.4 Analisis Data

Metode penelitian yang dilakukan peneliti adalah metode deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variable mandiri, baik satu variable atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variable satu dengan yang lain. Jenis penelitian yang dilakukan peneliti adalah metode kualitatif yaitu suatu penelitian yang ditujukan untuk mendiskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang serta secara individu maupun kelompok. Data yang didapatkan kemudian dianalisis untuk memperoleh jawaban terhadap suatu permasalahan yang timbul. Penulis menggunakan daftar pertanyaan berupa wawancara pada pihak yang berhubungan dengan permasalahan yang penulis bahas dalam laporan ini