

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi ini, Negara-negara maju maupun berkembang mempunyai rencana sendiri dalam rangka pembangunan negaranya. Termasuk Negara Indonesia yang merupakan salah satu negara berkembang, tidak bisa terelakkan bahwa terlihat beragam persaingan di dunia usaha. Sistem ekonomi pasar berbanding lurus dengan pertumbuhan perekonomian Indonesia. Perusahaan di Indonesia saling bersaing dalam memperoleh laba semaksimal mungkin demi kelangsungan hidup perusahaan. Dalam hal ini perusahaan diharapkan dapat berkompetisi secara baik dalam memasarkan produknya kepada konsumen. Maka, disinilah peranan manajemen pemasaran dibutuhkan agar perusahaan tahu bagaimana cara agar dapat bersaing dan mempertahankan produknya.

Di dalam manajemen pemasaran terdapat manajemen penjualan, manajemen penjualan inilah yang berperan penting dalam meningkatkan volume penjualan suatu perusahaan. Jika volume penjualan mengalami penurunan hal itu disebabkan banyak factor, menurut Basu Swastha dan Irawan (2008:406), faktor-faktor yang dapat mempengaruhi volume penjualan yaitu:

1. Kondisi dan kemampuan penjual
2. Kondisi Pasar
3. Modal
4. Kondisi organisasi perusahaan
- 5 Faktor lain yang mempengaruhi penjualan seperti periklanan, peragaan, kampanye dan pemberian hadiah

Dalam hal ini PT POS Indonesia Cabang Merdeka Palembang juga melakukan berbagai usaha dalam meningkatkan volume penjualan produk-produknya. Adapun produk PT POS Indonesia yaitu Produk Surat dan Paket meliputi *Pos Express*, Surat Pos Biasa (Standar), Paket Pos. Paket Pos antara lain Pos Kilat Khusus, EMS (*Express Mail Service*), Admail Pos. Produk Jasa Keuangan yaitu Pospay, Wesel Pos, Giro Pos, Fund Distribution dan Bank Chaneling. Ritel emas ANTAM. Produk Layanan yaitu Tarif Kirim Uang yaitu

Tarif Wesel pos Domestik. Pospay adalah layanan penerimaan pembayaran berbagai macam tagihan dan angsuran apapun di kantor pos yang lokasinya tersebar diseluruh pelosok Indonesia. Melayani secara lebih lengkap, lebih dekat dan sangat memudahkan transaksi pembayaran Anda, karena menggunakan *System Online Payment Point (SOPP)*.

Pembayaran tagihan yang dapat dilakukan melalui layanan pospay antara lain: **Finance:** Angsuran kredit dari berbagai mitra *finance*; **Telekomunikasi:** Tagihan telephone dan penjualan pulsa dari berbagai mitra telekomunikasi; **Perbankan:** Kartu Kredit dan Personal Loan dari berbagai mitra perbankan; **Rekening:** Listrik (PLN), Rekening air minum (PDAM), Asuransi, Zakat, Sodakoh, Infaq dan tagihan atau angsuran lainnya. Berdasarkan data yang diperoleh dari bagian penjualan di PT POS Indonesia Palembang volume penjualan terhadap jasa layanan kiriman paket (barang dan dokumen) mengalami peningkatan sedangkan untuk jasa keuangan pospay mengalami penurunan volume penjualan. Berikut data penjualan pospay dua tahun terakhir (2015-2016):

Tabel 1.1
Data Penjualan Pospay Tahun 2015-2016

Bulan	Tahun		Pertumbuhan
	2015	2016	
Januari	484.433.631	504.545.343	104%
Februari	496.949.565	504.791.507	102%
Maret	553.633.354	516.264.523	93%
April	531.019.956	484.608.193	91%
Mei	517.226.809	475.692.017	92%
Juni	540.165.803	481.836.593	89%
Juli	508.127.925	395.507.626	78%
Agustus	554.147.584	476.364.966	86%
September	545.289.236	458.040.561	84%
Oktober	559.594.753	451.976.217	81%

Tabel 1.1
Data Penjualan Pospay Tahun 2015-2016

November	571.122.477	449.447.506	79%
Desember	581.912.158	429.335.286	74%
Total	6.443.623.251	5.628.410.338	87%

Sumber: pospay.posindonesia.co.id

Diatas adalah volume penjualan pospay dua tahun terakhir, terjadi penurunan volume penjualan. Dari hasil wawancara di PT POS Indonesia yaitu saat ini *image* PT POS Indonesia belum sepenuhnya diketahui masyarakat, sebagian masyarakat masih menganggap PT POS Indonesia yang sekarang sama saja dengan yang dulu yaitu pelayanan kurang cepat atau bisa dibilang lambat. Padahal saat ini PT POS Indonesia sudah bisa melakukan pengiriman dengan cepat bahkan melakukan pengiriman ke luar negeri, respon cepat ketika terjadi masalah atau kerusakan barang kiriman. Melayani pembayaran apa saja dengan cara langsung, online (SOPP), dan bisa melalui agen pospay. Hal ini dilakukan agar masyarakat lebih dekat, cepat dan mudah dalam melakukan pembayaran tagihan dan angsuran. Tetapi melihat volume penjualan pospay yang menurun dari tahun 2015 ke tahun 2016 diatas dapat disebabkan karena PT POS Indonesia Cabang Merdeka Palembang kurang mengencarkan promosi pada penjualan langsung, onlin, maupun terhadap agen pospay.

Dengan demikian agar masyarakat tahu mengenai Pospay PT POS Indonesia sudah lebih baik dari yang dulu yaitu dengan kata lain mengubah persepsi masyarakat tentang PT POS Indonesia maka perlu melakukan penelitian terhadap penyebab atau factor-faktor volume penjualan pospay menurun, setelah itu baru bisa menentukan apa yang harus dilakukan pihak penjualan PT POS Indonesia Palembang Cabang Merdeka untuk mengencarkan penjualan pospay dalam rangka meningkatkan volume penjualan jasa keuangan pospay. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada tugas akhir ini yang berjudul **“TINJAUAN VOLUME PENJUALAN JASA KEUANGAN POSPAY PT POS INDONESIA CABANG MERDEKA PALEMBANG”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah yang akan dibahas adalah Bagaimana tinjauan terhadap volume penjualan jasa keuangan pospay pada PT POS Indonesia cabang merdeka Palembang?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Berdasarkan masalah yang akan di bahas di atas, maka pembatasan masalahnya yaitu Apakah hasil dari tinjauan terhadap volume penjualan pospay PT POS Indonesia Cabang Merdeka Palembang?

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

Tujuan dari penulisan laporan akhir ini yaitu untuk mengetahui keadaan volume penjualan jasa keuangan pospay di PT POS Indonesia Cabang Merdeka Palembang

1.4.2 Manfaat

Manfaat dalam penulisan Laporan Akhir ini adalah:

1. Bagi Penulis

Sebagai usaha untuk meningkatkan kemampuan berpikir, sarana pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan yang diperoleh penulis selama perkuliahan khususnya mata kuliah Manajemen Pemasaran yang telah diterima dari Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya

2. Bagi Perusahaan

Dapat menjadi sarana pertimbangan dan masukan kepada PT POS Indonesia cabang merdeka Palembang dalam meningkatkan Volume Penjualan pada Produk Jasa Keuangan Pospay

3. Bagi Pembaca

Dapat menambah wawasan dan juga bisa dapat dijadikan bahan referensi untuk keperluan penelitian atau keperluan lainnya.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini yaitu peninjauan Volume Penjualan Jasa Keuangan Pospay pada PT POS Indonesia Cabang Merdeka Palembang

1.5.2 Jenis dan sumber data

Jenis data yang penulis gunakan dalam penulisan laporan akhir ini adalah

1. Data primer

Data primer di dapat melalui wawancara langsung dengan manajer penjualan pada PT POS Indonesia cabang merdeka Palembang yang diberikan wewenang untuk memberikan data yang diperlukan, sehingga diperoleh hasil yang jelas mengenai penjualan dan volume penjualan pospay pada perusahaan tersebut.

2. Data Sekunder

Data sekunder yang didapat penulis yaitu dengan cara membaca buku, literature, jurnal yang berhubungan dengan masalah yang penulis bahas.

1.5.3 Teknik pengumpulan data

Metode Pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Metode yang digunakan yaitu:

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpul data maupun peneliti terhadap nara sumber atau sumber data.

2. Studi kepustakaan

Yaitu dengan mempelajari buku-buku, jurnal, laporan akhir yang ada hubungannya dengan apa yang penulis bahas. Sehingga dapat dijadikan pandangan dalam menyelesaikan laporan akhir ini.

1.5.4 Analisis data

Analisa data dilakukan secara kualitatif yaitu menganalisis data yang diperoleh dari perusahaan (volume penjualan pospay) dengan mengacu pada perhitungan statistik yaitu angka indeks untuk mengetahui besar pertumbuhan yang terjadi, kemudian disesuaikan dengan penyebab atau factor-faktor yang mempengaruhi penurunan volume penjualan dan berbagai referensi yang berhubungan dengan volume penjualan.