

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul**

Persaingan antara perusahaan yang semakin ketat memaksa setiap perusahaan untuk selalu menemukan sumber daya manusia yang berkompeten yang mampu menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi serta memiliki pendidikan yang memadai agar mampu bertahan dan meningkatkan kinerja perusahaan. Salah satu strategi yang mampu meningkatkan kinerja perusahaan yaitu dengan pengelolaan manajemen penjualan. Pengelolaan manajemen penjualan yang baik meliputi pengelolaan sumber daya yang berkaitan dengan *personal selling*, dimana *personal selling* merupakan salah satu hal terpenting dalam kegiatan penjualan.

*Personal selling* atau penjualan pribadi suatu proses membantu dan membujuk satu atau lebih calon konsumen untuk membeli barang atau jasa dengan menggunakan presentasi oral (komunikasi tatap muka). Menurut Swastha (2008:352) *personal selling* merupakan interaksi langsung, saling bertemu tatap muka antara pembeli dan penjual. Komunikasi yang dilakukan adalah komunikasi dua arah sehingga sales person dapat menjamin dan mewakili citra perusahaan. Tujuannya agar perusahaan dapat menambah nilai jual yang menguntungkan, maka dari itu perusahaan harus mampu melihat kompetensi *personal selling*. Dengan adanya kompetensi *personal selling* yang baik dimiliki oleh sales person maka akan mempengaruhi tingkat penjualan yang baik pula pada produk yang dijual oleh perusahaan tersebut.

Menurut Boutler, Dalzier dan Hill 2003 (Edy Sutrisno, 2009:203) Kompetensi merupakan Suatu karakteristik dasar dari seseorang yang memungkinkan memberikan kinerja unggul dalam pekerjaan, peran, atau situasi tertentu. Kompetensi *personal selling* harus dimiliki oleh wiraniaga maupun sales person, bagi kebanyakan konsumen beranggapan wiraniaga atau sales person ini merupakan salah satu cara untuk mendapatkan informasi, baik kegunaan maupun keunggulan produk dan melalui wiraniaga atau sales

person juga konsumen mendapatkan atau membeli produk yang diinginkan dan dibutuhkan. Maka dari itu karakteristik kompetensi wajib dimiliki oleh semua wiraniaga/sales person untuk menunjang tingkat penjualan produk tersebut.

Semua kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan memperoleh laba bagi perusahaan. Demikian juga pada PT Frisian Flag yaitu perusahaan yang bergerak dalam industri pengelolaan minuman susu yang melakukan promosi untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen, salah satu bentuk promosi perusahaan ini melalui kegiatan *personal selling* (penjualan pribadi). Tugas dari *sales person* yaitu harus mampu berkomunikasi yang baik pada calon pembeli untuk selalu meningkatkan jumlah produk yang dijual, tetapi pada kenyataannya bagi seorang *sales person* PT Frisian Flag tidak mudah dalam menjalankan penjualan untuk mencapai suatu peningkatan yang terus menerus.

Hal ini dapat dilihat dari data peningkatan perbulan pada tahun 2018 di Palembang Square Mall:

**Tabel 1.1**  
**Realisasi Penjualan Susu Frisian Flag 1-3 Tahun**  
**Pada tahun 2018**

<b>Bulan (2018)</b>	<b>Target (Rp)</b>	<b>Jumlah penjualan (Rp)</b>
Januari	40.000.000	59.700.619
Febuari	40.000.000	37.263.736
Maret	40.000.000	40.935.885
April	40.000.000	36.971.335
Mei	40.000.000	37.731.440
Juni	40.000.000	53.750.486
Juli	40.000.000	53.750.486
Agustus	40.000.000	33.814.721
September	40.000.000	32.456.778

Lanjutan Tabel 1.1

Oktober	40.000.000	40.624.713
November	40.000.000	74.493.172
Desember	40.000.000	147.853.171

*Sumber: PT Frisian Flag (Palembang Square Mall, 2019)*

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa peningkatan penjualan di PT Frisian Flag di Palembang Square Mall tidak stabil atau tidak mengalami peningkatan penjualan yang terus-menerus, hal tersebut harus dijadikan pertimbangan bagi perusahaan agar dapat meningkatkan daya jual terhadap produk bukan hanya kualitas dari produk susu tersebut tetapi daya tarik wiraniaga/salesperson juga dapat mempengaruhi peningkatan penjualan dengan memiliki tenaga penjual yang berkompeten dan mampu memperkenalkan serta mempresentasikan produk yang baik maka konsumen akan tertarik dan memutuskan untuk membeli produk susu dari Frisian Flag. Oleh karena itu, kompetensi wiraniaga terhadap *personal selling* sangatlah berpengaruh terhadap penjualan produk.

Dengan demikian, penting sekali bagi perusahaan pengolahan minuman susu seperti **PT. Frisian Flag** yang memproduksi susu dengan merek **bendera** untuk mengetahui peningkatan penjualan disetiap bulannya dengan adanya kompetensi *personal selling* yang baik maka diharapkan tingkat penjualan akan terus meningkat. Pada penelitian kali ini akan difokuskan pada susu bendera Frisian Flag Anak Balita 1-3 tahun. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dalam memenuhi laporan akhir dengan judul **“Kompetensi Personal Selling Dalam Peningkatan Penjualan Susu Frisan Flag Anak Balita 1-3 Tahun pada Palembang Square Mall Kota Palembang”**.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian adalah:

1. Bagaimana kompetensi personal selling dalam meningkatkan penjualan pada susu Frisian Flag pada Palembang Square Mall Kota Palembang?
2. Bagaimana usaha yang dilakukan perusahaan untuk lebih meningkatkan kegiatan personal selling dalam penjualan susu Frisian Flag pada Palembang Square Mall Kota Palembang ?

### **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Agar dalam penelitian laporan akhir ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan pada :

1. Kompetensi personal selling dalam meningkatkan penjualan pada susu Frisian Flag pada Palembang Square Mall Kota Palembang.
2. Usaha yang dilakukan perusahaan untuk lebih meningkatkan kegiatan personal selling dalam penjualan susu Frisian Flag pada Palembang Square Mall Kota Palembang.

### **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai penulis dari penulisan ini adalah untuk mengetahui kompetensi personal selling dan usaha apa yang harus dilakukan perusahaan dalam mencapai peningkatan penjualan susu Frisian Flag pada mall yang ada di Palembang.

#### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Penulis

Menambah ilmu pengetahuan tentang kompetensi dari personal selling serta menerapkan teori-teori manajemen penjualan yang didapat selama perkuliahan.

## 2. Manfaat Bagi Perusahaan

Agar perusahaan dapat mengetahui seberapa besarkah kompetensi personal selling yang ada di perusahaan yang bertujuan untuk lebih meningkatkan omzet penjualan susu Frisian Flag pada Palembang Square mall.

## 1.5 Metodologi Penelitian

### 1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penulis membatasi ruang lingkup penelitian pada kompetensi personal selling pada Palembang Square Mall dalam meningkatkan penjualan agar pembahasan dapat lebih terarah dan tidak menyimpang dari perumusan masalah yang ada.

### 1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Dalam penulisan laporan akhir, penulis menggunakan dua macam data berdasarkan cara memperolehnya yaitu data primer dan data sekunder. Adapun penjelasan jenis data berdasarkan cara memperolehnya tersebut, yaitu:

#### a. Data Primer (*primary data*)

Data Primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objek (Yusi dan Idris, 2016:109). Dalam hal ini yang dilakukan adalah mengumpulkan data yang kemudian data tersebut diolah sendiri dari data yang ada di perusahaan dan dari hasil wawancara dan kuesioner yang diambil dari sales yang bekerja di PT Frisian Flag pada Palembang Square Mall.

#### b. Data Sekunder (*secondary data*)

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi (Yusi dan Idris, 2016:103). Dalam laporan akhir ini penulis memperoleh data sekunder dari

berbagai referensi yaitu seperti jurnal-jurnal, buku-buku dan internet.

### 1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Untuk menganalisis laporan ini diperlukan data yang sesuai dengan permasalahan yang ada. Oleh sebab itu, untuk memperoleh data yang yang penulis perlukan, penulis memperolehnya dengan menggunakan metode atau teknik pengumpulan data dengan studi lapangan yaitu penulis mengumpulkan data dengan cara mendatangi objek yang diteliti.

Pada Penelitian ini penulis mengumpulkan data menggunakan cara sebagai berikut:

a. Wawancara (*Interview*)

Menurut Yusi dan Idris (2009:108), wawancara adalah percakapan dua arah atau inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi.

Penulis melakukan wawancara langsung dengan dilakukan kepada manager dan sales pada susu Frisian Flag .

b. Observasi (*Observation*)

Menurut Sutrisno Hadi 1986 (Sugiyono, 2013: 203) Observaasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis.

c. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2009:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Penulis mengumpulkan data

dengan cara membagikan kuesioner kepada sales yang ada di Frisian Flag Palembang Square Mall . Kuesioner ini digunakan sebagai data pendukung dalam penulisan laporan akhir ini.

d. Studi Pustaka (*Library Research*)

Dalam penulisan Laporan Akhir ini penulis juga mengumpulkan data dengan cara mempelajari data atau informasi dari berbagai sumber seperti buku-buku yang ada di perpustakaan dan dari media internet serta sumber lainnya yang berkaitan dengan pembahasan dan dapat diperoleh data sekunder.

#### **1.5.4 Populasi dan Sampel**

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2018:148) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini yang akan menjadi populasi adalah sales di Frisian Flag Palembang Square Mall dengan jumlah populasi sebanyak 4 orang sales.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2018:149) Sampel adalah bagian dari jumlah dan Karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini penulis menggunakan sampel jenuh. Sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Jumlah yang akan dijadikan

sampel dalam penelitian ini yaitu 4 orang sales pada Frisian Flag Palembang Square.

### **1.5.5 Metode Analisis Data**

Dalam penulisan laporan akhir ini, penulis menggunakan dua analisa data menurut Yusi dan Idris (2016:108):

#### **a. Data Kualitatif**

Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik. Data yang diperoleh tidak dalam bentuk angka maka untuk menganalisisnya penulis melakukan wawancara langsung ke mall yang ada di Palembang (PS Mall) sehingga data yang diperoleh dapat dikaitkan dengan sumber-sumber data yang lain sesuai dengan pokok pembahasan. Dalam hal ini penulis menggunakan referensi data baik dari jurnal maupun buku-buku yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas sebagai referensi dalam penulisan.

#### **b. Data Kuantitatif**

Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka. Objek yang diteliti dalam penulisan laporan akhir ini adalah sales pada Frisian Flag Palembang Square Mall data yang diperoleh akan terlihat dari hasil penyebaran kuesioner yang akan dibagikan nantinya.

Penulis menggunakan Skala Likert untuk digunakan dalam kuesioner nantinya. Menurut Sugiyono (2009:38) Skala Likert digunakan untuk mengukur pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Berikut ini adalah tingkat tabel Skala Likert yang digunakan dalam penelitian:

**Tabel 1.2**  
**Skala Pengukuran *Likert*.**

No.	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Cukup Setuju (CS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

*Sumber: Yusi dan Idris (2016:83)*

Untuk memperoleh data kuantitatif, penulis menggunakan perhitungan secara presentase dengan indeks skor . indeks skor digunakan untuk mendapatkan hasil dari jawaban kuesioner yang didapat dengan menggunakan rumus. Rumus indeks skor menurut Yusi dan idris (2009:80) sebagai berikut:

$$IS = \frac{\text{Total Skor Penelitian}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Skor ideal didapat dari = skor tertinggi x jumlah responden

Kemudian setelah mendapatkan hasil yang telah dihitung dengan menggunakan rumus diatas, maka hasil yang diperoleh dapat digolongkan melalui kriteria interpretasi skor. Adapun kriteria interpretasi skor dari persentase jawaban adalah sebagai berikut:

Angka (0% - 20%)	= Sangat Rendah
Angka (21% - 40%)	= Rendah
Angka (41% - 60%)	= Cukup
Angka (61% - 80%)	= Tinggi
Angka (81% - 100%)	= Sangat Tinggi



