

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan dunia usaha saat ini, persaingan antar perusahaan telah menjadi semakin ketat sehingga menyebabkan setiap perusahaan harus berusaha keras untuk mengaktifkan kegiatan pemasarannya agar mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Setiap perusahaan memerlukan suatu strategi pemasaran yang tepat dan terarah sarannya.

Produk - produk perusahaan agar dapat sukses dipasarkan haruslah di dukung oleh promosi yang baik pula. Melalui promosi perusahaan dapat menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, memberi, dan setia pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Salah satu kegiatan promosi yang sering digunakan oleh perusahaan adalah *personal selling*.

Personal selling merupakan kegiatan promosi yang menggunakan orang /individu di dalam pelaksanaannya yang sering disebut dengan tenaga penjual atau wiraniaga. Semakin pandai tenaga penjual untuk menjual produknya maka akan semakin cepat pula terciptanya penjualan. Tenaga penjual dapat menciptakan suatu proses pertukaran barang / jasa antara penjual dan pembeli, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan menghasilkan laba bagi perusahaan.

Perusahaan memerlukan tenaga penjual atau wiraniaga karena tugas – tugas yang dilakukannya dapat secara langsung diketahui keinginan, motivasi, dan perilaku konsumen sekaligus dapat melihat reaksi konsumen sewaktu mengadakan kunjungan ke tempat konsumen tersebut. Jadi, dewasa ini semakin dirasakan sekali peranan tenaga penjualan bagi perusahaan dalam memasarkan produknya.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan adalah PT Timurjaya Teladan yang menjual bahan – bahan bangunan seperti semen, seng, besi beton, kawat beton, plat besi, besi siku, talang, plywood, dan aksesoris bahan bangunan lainnya. PT Timurjaya Teladan juga bertindak sebagai distributor untuk keramik Super Italia, Victoria, Kobin, dan Niro Granito, pipa pvc Wavin, kloset Toho dan Ito, serta asbes Atrisco Medan. Adapun di dalam penulisan skripsi ini produk bangunan yang diteliti adalah keramik Kobin.

Di dalam menjalankan kegiatan usahanya, perusahaan juga menggunakan tenaga penjual atau wiraniaga untuk memasarkan produknya. Selama 2 tahun terakhir ini, yaitu tahun 2000 dan 2001 penjualan mengalami peningkatan yang diikuti juga oleh penambahan jumlah tenaga penjual atau wiraniaga pada PT Timurjaya Teladan. Adapun data penjualan keramik Kobin dalam unit atau dus (1 dus = 11 keping) dari PT Timurjaya Teladan selama 5 tahun terakhir akan disajikan pada tabel 1.1 berikut ini :

Tabel 1.1
Data Penjualan Keramik Tahun 1997 s/d 2001 (dalam unit atau dus)
Pada PT Timurjaya Teladan Palembang

Tahun Penjualan	Realisasi Penjualan	Kenaikan/Penurunan Penjualan	Persentase Kenaikan/Penurunan Penjualan
1997	175.250	-	-
1998	198.535	23.285	13,29
1999	175.950	(22.585)	(11,38)
2000	215.236	39.286	22,33
2001	271.304	56.068	26,05

Sumber : PT Timurjaya Teladan

Dari data pada tabel 1.1 tersebut dapat diketahui bahwa penjualan dari tahun 1997 ke tahun 1998 mengalami peningkatan penjualan dari 175.250 unit menjadi 198.535 unit atau meningkat sebesar 13,29 persen. Kemudian penjualan pada tahun 1999 mengalami penurunan penjualan sebesar 11,38 persen, yaitu dari 198.535 unit menjadi 175.950 unit.

Penurunan penjualan ini disebabkan di Indonesia terjadi krisis moneter. Mata uang rupiah mengalami penurunan nilai tukar dengan mata uang dollar Amerika Serikat. Keadaan ini menyebabkan kenaikan harga barang yang sangat tinggi sehingga menyebabkan penurunan pada sektor kegiatan ekonomi. Pada tahun 2000 dan 2001 kondisi perekonomian Indonesia yang semakin baik mendukung peningkatan penjualan yang meningkat sebesar 22,33 persen dan 26,05 persen.

Peningkatan penjualan ini tentu saja didukung oleh kegiatan promosi yang dilaksanakan perusahaan selama ini melalui kegiatan *personal selling*. Perusahaan di dalam memasarkan produk – produknya menggunakan tenaga penjual atau wiraniaga yang jumlahnya bertambah dua tahun sekali. Adapun data mengenai jumlah wiraniaga pada PT Timurjaya Teladan akan disajikan pada tabel 1.2 berikut ini :

Tabel 1.2
Jumlah Wiraniaga Tahun 1997 s/d 2001
Pada PT Timurjaya Teladan Palembang

Tahun	Jumlah Wiraniaga
1997	2 orang
1998	2 orang
1999	3 orang
2000	3 orang
2001	4 orang

Sumber : PT Timurjaya Teladan

Dari data pada tabel 1.2 tersebut dapat diketahui bahwa selama tahun 1997 dan 1998 jumlah wiraniaga pada PT Timurjaya Teladan adalah sebanyak 2 orang dan meningkat menjadi 3 orang pada tahun 1999 dan 2000. Kemudian pada tahun 2001 jumlah wiraniaga kembali meningkat menjadi 4 orang.

Sedangkan jumlah jam kerja wiraniaga per hari akan disajikan pada tabel 1.3 berikut ini :

Tabel 1.3
Jumlah Jam Kerja Wiraniaga Per Hari
Pada PT Timurjaya Teladan Palembang

Kegiatan Yang Dilakukan Oleh Wiraniaga	Waktu Yang Diperlukan (dalam jam)	Waktu Yang Diperlukan (dalam persen)
Tugas penjualan	4	45
Waktu di perjalanan	2	22
Tugas di luar penjualan	2	22
Istirahat dan makan siang	1	11
Jumlah jam kerja wiraniaga	9	100

Sumber : PT Timurjaya Teladan

Pada tabel 3, dapat diketahui bahwa jam kerja wiraniaga adalah 9 jam. Tugas penjualan adalah sebesar 4 jam atau 45 persen untuk melayani agen/pengecer dan 2 jam atau 22 persen untuk waktu di perjalanan menuju ke tempat agem pengecer. Tugas di luar penjualan seperti : membuat laporan penjualan dan menyetorkan uang ke bank adalah sebesar 2 jam atau 22 persen. Sedangkan sisanya 1 jam atau 11 persen digunakan untuk keperluan istirahat dan makan siang. Adapun rata – rata lamanya waktu kunjungan yang dilakukan oleh wiraniaga ke satu tempat agen/pengecer adalah sebesar 40 menit.

Jumlah agen/pengecer yang harus dilayani oleh wiraniaga dari tahun 1997 sampai dengan tahun 2001 juga mengalami peningkatan. Adapun data mengenai jumlah agen/pengecer pada PT Timurjaya Teladan akan disajikan pada tabel 1.4 berikut ini :

Tabel 1.4
Jumlah Agen/Pengecer Tahun 1997 s/d 2001
Pada PT Timurjaya Teladan Palembang

Tahun	Jumlah Agen/Pengecer Menurut Penjualan Tahunan (dalam unit)			Persentase Kenaikan/Penurunan Jumlah Agen/Pengecer
	Kelas I Penjualan Besar (> 1.500 unit)	Kelas II Penjualan Kecil (≤ 1.500 unit)	Total	
1997	56	41	97	-
1998	59	53	112	15,46
1999	71	57	128	14,28
2000	83	54	137	7,03
2001	93	54	147	7,29

Sumber : PT Timurjaya Teladan

Dari data pada tabel 1.4, dapat diketahui bahwa jumlah agen/pengecer pada PT Timurjaya Teladan dikelompokkan ke dalam dua ukuran kelas menurut volume penjualan tahunan. Kelas I termasuk ke dalam golongan penjualan yang besar, yaitu penjualan di atas 1.500 unit/tahun. Sedangkan kelas II termasuk ke dalam golongan penjualan yang kecil, yaitu penjualan di bawah atau sama dengan 1.500 unit/tahun. Jumlah agen/pengecer pada PT Timurjaya Teladan dari tahun ke tahun terus meningkat.

Pada tahun 1997 jumlah agen/pengecer berjumlah sebanyak 97 buah. Kemudian pada tahun 1998 dan 1999 jumlahnya meningkat sebanyak 112 buah dan 128 buah atau meningkat sebesar 15,46 persen dan 14,28 persen. Pada tahun 2000 dan 2001 jumlah agen/pengecer kembali meningkat sebesar 7,03 persen dan 7,29 persen, sehingga pada tahun 2001 jumlah keseluruhan agen/pengecer pada PT Timurjaya Teladan menjadi sebanyak 147 buah.

Melihat data tersebut di atas maka kebijaksanaan promosi khususnya *personal selling* dalam hal penentuan jumlah tenaga penjual atau wiraniaga yang diperlukan perusahaan agar dapat melayani semua agen/pengecer sangat berpengaruh di dalam kegiatan pemasaran produk perusahaan tersebut. Kunjungan seorang tenaga penjual atau wiraniaga kepada agen/pengecer akan dapat memberi kemungkinan timbulnya pesanan produk dalam jumlah besar dari banyak toko sehingga penjualan dan laba perusahaan akan dapat meningkat pula.

Perusahaan juga haruslah dapat menentukan berapa jumlah tenaga penjual yang dibutuhkan untuk memasarkan produknya ke pembeli dengan sebaik mungkin. Meskipun tidak mungkin mengoptimalkan jumlah tenaga penjual tanpa mempertimbangkan berbagai macam faktor seperti biaya namun perusahaan harus dapat membuat perencanaan berapa jumlah tenaga penjual yang dibutuhkan. Kemudian perusahaan dapat mendidiknya menjadi seorang tenaga penjual yang terampil, setia, bertanggung jawab, dan mampu menarik pembeli dalam membeli produk yang ditawarkan.

Oleh karena itu, melihat betapa pentingnya peranan *personal selling* dan penetapan jumlah tenaga penjual yang diperlukan di dalam memasarkan produknya kepada pembeli, maka ditulis karya ilmiah berupa skripsi ini dengan judul **“Kebutuhan Personal Selling Pada PT Timurjaya Teladan Palembang”**.

Perumusan Masalah

Setiap perusahaan di dalam menjalankan kegiatan usahanya tentu akan menghadapi banyak hambatan, tantangan, dan berbagai permasalahan, baik yang berasal dari luar maupun dari dalam perusahaan itu sendiri. Berdasarkan dari pengamatan, data dan penelitian yang dilakukan pada PT Timurjaya Teladan, maka di dalam penulisan karya ilmiah berupa skripsi ini yang menjadi permasalahan pokok pada PT Timurjaya Teladan Palembang ini adalah :
“Bagaimana Evaluasi Kebutuhan Personal Selling Pada PT Timurjaya Teladan Palembang ?”

Batasan Masalah

Dari perumusan masalah diatas, maka batasan masalah pada penulisan skripsi ini adalah evaluasi kebutuhan personal selling yang dilakukan pada PT Timurjaya Teladan sejak tahun 1997 sampai dengan tahun 2000.

Tujuan Penelitian

Pada hakekatnya setiap kegiatan yang dilakukan oleh seseorang ataupun organisasi pasti mempunyai tujuan yang ingin dicapai, demikian juga dengan penelitian ini. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Mengevaluasi kebutuhan personal selling pada PT Timurjaya Teladan Palembang sejak tahun 1997 sampai dengan tahun 2000.
2. Mengetahui seberapa banyak jumlah tenaga penjual atau wiraniaga yang diperlukan terhadap peningkatan volume penjualan.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat-manfaat penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Untuk mengembangkan dan mengaplikasikan ilmu pengetahuan dan teori-teori yang telah diterima dan dipelajari di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Musi.

2. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan informasi dan sebagai bahan masukan / referensi kepada pimpinan PT Timurjaya Teladan di dalam mengambil keputusan - keputusan dan kebijakan - kebijakan yang akan ditempuh dalam rangka mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan.

3. Bagi Masyarakat

Dapat dimanfaatkan bahan masukan / referensi bagi peneliti lain yang ingin mengadakan penelitian tentang evaluasi kebutuhan personal selling pada perusahaan yang akan diteliti.

F. Metodologi Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penulisan karya ilmiah berupa skripsi ini, penelitian akan dibatasi pada masalah-masalah interen yang dihadapi oleh PT Timurjaya Teladan Palembang. Mengingat luasnya permasalahan yang ada, maka hanya dibahas dan dititikberatkan pada ruang lingkup penjualan dan *personal selling*, khususnya tenaga penjual atau wiraniaga.

Lokasi penelitian ini dilakukan pada PT Timurjaya Teladan Palembang yang terletak di Jalan Pasar 16 Ilir No. 167 / 596A, Tangga Batu, Kelurahan Ilir Timur I Palembang.

2. Jenis Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penulisan karya ilmiah berupa skripsi ini adalah berasal dari data internal dan data eksternal.

a. Data Internal

Data Internal adalah data yang diolah atau diperoleh oleh peneliti dari catatan - catatan perusahaan di tempat objek penelitian, yaitu PT Timurjaya Teladan atau semua data yang diolah dan diperoleh berasal dari dalam perusahaan.

b. Data Eksternal

Data eksternal adalah data yang diolah atau diperoleh oleh peneliti dari luar perusahaan. Data ini diolah dan diperoleh dari literatur buku dan catatan kuliah yang berhubungan dengan masalah penelitian ini sebagai titik tolak di dalam pembahasan skripsi

Adapun data internal dan data eksternal yang diperoleh antara lain meliputi : data laporan mengenai penjualan, jumlah pembeli/toko, jam kerja wiraniaga, jumlah kunjungan wiraniaga, sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi, pembagian tugas dan tanggung jawab, dan data yang bersifat teoritis.

3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penulisan skripsi ini adalah dengan cara sebagai berikut :

a. Penelitian Lapangan

Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan terhadap PT Timurjaya Teladan sebagai objek penelitian untuk memperoleh data yang dibutuhkan yang berhubungan dengan permasalahan - permasalahan penelitian yang ada di dalam skripsi ini.

Hal ini dilakukan dengan cara wawancara atau tanya jawab langsung kepada pihak - pihak yang berwenang, yaitu pimpinan dan karyawan PT Timurjaya Teladan yang berhubungan dengan permasalahan penelitian ini.

b. Penelitian Perpustakaan

Penelitian perpustakaan adalah penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang bersifat teoritis dari literatur buku, catatan kuliah, majalah, surat kabar yang berhubungan dengan permasalahan yang ada di dalam penelitian ini sebagai bahan di dalam pembahasan skripsi ini.

4. Batasan Variabel Operasional

Adapun batasan variabel operasional yang akan diteliti di dalam penulisan karya ilmiah berupa skripsi ini terdiri dari dua variabel, yaitu sebagai berikut :

a. Penjualan

Menurut Yoga Firdaus (1995:5), “Penjualan adalah pendapatan yang berasal dari sumber kegiatan utama perusahaan yaitu menjual barang – barang dagangannya kepada pembeli yang besaran satuannya dapat dinyatakan dalam unit volume penjualan (dalam unit, ton, kg, m³) ataupun nilai penjualan itu sendiri (dalam Rp).

b. Wiraniaga

Menurut Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo (1997:226), “Wiraniaga adalah orang/individu yang melaksanakan kegiatan *personal selling*”. Sedangkan *personal selling* menurut Basu Swastha dan Ibnu Suktjo (1997:226) adalah interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai, atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain”.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam pembahasan skripsi ini menggunakan teknik analisis kualitatif dan kuantitatif.

a. Teknik Analisis Kuantitatif

Teknik analisis kuantitatif menggunakan pendekatan berdasarkan data berupa angka-angka yang kemudian diolah lebih lanjut dengan menggunakan rumus – rumus terapan manajemen dan alat statistik.

Adapun rumus terapan manajemen dan alat statistik yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah : Metode Beban Kerja, Persamaan Regresi Linear, dan Korelasi.

Metode Beban Kerja digunakan untuk menentukan jumlah tenaga penjual dengan mempertimbangkan frekuensi dan lama kunjungan yang diperlukan untuk menjual kepada pembeli dengan asumsi bahwa semua tenaga penjual mempunyai beban kerja yang sama dan manajemen telah menentukan jumlah kunjungan yang paling ekonomis pada masing - masing golongan pembeli.

Jumlah tenaga penjualan yang diperlukan dapat dicari dengan membagi jumlah beban kerja (dalam satuan jam atau menit) untuk menangani seluruh pasar dengan beban kerja (dalam satuan jam atau menit) yang dipikul oleh seorang tenaga penjualan. Secara terperinci menurut Basu Swastha (1998:156), Metode Beban Kerja dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Jumlah Wiraniaga} = \frac{\text{Jumlah pembeli} \times \text{Frekuensi kunjungan ideal} \times \text{Waktu kunjungan}}{\text{Waktu untuk penjualan yang tersedia pada seorang wiraniaga}}$$

Persamaan regresi digunakan untuk melakukan prediksi atau peramalan yaitu memperkirakan bagaimana perubahan nilai dari variabel terikat (*dependent variable*) jika nilai variabel - variabel bebas (*independent variable*) dinaikkan atau diturunkan nilainya. Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat. Sedangkan variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Menurut J. Supranto (2000:153), bentuk persamaan regresi linear dapat dirumuskan : $Y = a + bX$ dengan :

$$a = \bar{Y} - b \bar{X}$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - \sum X_i \sum Y_i}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

Di dalam penulisan skripsi ini Persamaan Regresi Linear digunakan untuk melakukan prediksi terhadap penjualan yaitu memperkirakan bagaimana perubahan penjualan terhadap jumlah wiraniaga bila dinaikkan atau diturunkan jumlahnya.

Korelasi digunakan untuk mengetahui tentang keeratan hubungan lemah atau kuatnya antara penjualan dengan wiraniaga. Di dalam menganalisa korelasi umumnya digunakan dua pengukuran yaitu

koefisien korelasi (r) dan koefisien determinasi (KP). Menurut J. Supranto (2000:153), koefisien korelasi dan koefisien determinasi dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum_{i=1}^n X_i Y_i - \sum_{i=1}^n X_i \sum_{i=1}^n Y_i}{\sqrt{n \sum_{i=1}^n X_i^2 - (\sum_{i=1}^n X_i)^2} \sqrt{n \sum_{i=1}^n Y_i^2 - (\sum_{i=1}^n Y_i)^2}}$$

$$KP = r^2$$

Menurut J. Supranto (2000:152), kuat dan tidaknya hubungan antara X dan Y dapat dinyatakan dengan fungsi linear (paling tidak mendekati) yang diukur dengan suatu nilai yang disebut koefisien korelasi. Nilai koefisien korelasi ini paling sedikit -1 dan paling besar 1. Jadi jika r = koefisien korelasi, maka nilai r dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$-1 \leq r \leq 1$$

Artinya : jika $r = 1$, hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekati 1, yaitu hubungan sangat kuat dan positif).
 $= -1$, hubungan X dan Y sempurna dan negatif (mendekati -1, yaitu hubungan sangat kuat dan negatif).
 $= 0$, hubungan X dan Y lemah sekali atau tidak ada hubungan.

Jadi, nilai koefisien korelasi atau r tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut :

- $r \leq 0,5$ → hubungan X dan Y lemah positif/negatif.
- $0,5 \leq r \leq 0,75$ → hubungan X dan Y cukup kuat positif/negatif.
- $0,75 \leq r \leq 0,90$ → hubungan X dan Y kuat positif/negatif.
- $0,90 \leq r \leq 1$ → hubungan X dan Y sangat kuat positif/negatif.
- $r = 1$ → hubungan X dan Y sempurna positif/negatif.

b. Teknik Analisis Kualitatif

Teknik analisis kualitatif adalah menggunakan pendekatan teoritis dengan cara menganalisis permasalahan yang terjadi di PT Timurjaya Teladan melalui teori – teori manajemen pemasaran sehingga dapat dicari jalan pemecahaannya dari permasalahan yang dihadapi.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas lagi mengenai hal-hal yang akan dibahas di dalam penulisan skripsi ini, maka akan diuraikan secara garis besar dari keseluruhan isi penulisan skripsi ini. Penulisan skripsi ini secara umum terbagi menjadi lima bab, yaitu sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Bab ini terdiri dari bagian -bagian yang menjelaskan tentang: latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Bab ini terdiri dari bagian-bagian yang menjelaskan tentang teori -teori yang dapat mendukung proses penyelesaian beberapa masalah penelitian ini. Adapun teori – teori yang relevan yang dimasukkan dalam bab ini antara lain mengenai pengertian promosi, bauran promosi, pengertian penjualan, jenis -jenis penjualan, jenis - jenis tenaga penjualan, cara – cara penjualan, tahap – tahap penjualan, metode penentuan jumlah tenaga penjual yang dibutuhkan

BAB III Gambaran Umum Perusahaan

Bab ini terdiri dari bagian-bagian yang menjelaskan tentang objek penelitian secara gambaran umum, yaitu mengenai : sejarah singkat perusahaan, kegiatan perusahaan, strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan, struktur organisasi, pembagian tugas dan tanggung jawab.

BAB IV Analisis dan Pembahasan

Bab ini terdiri dari bagian -bagian yang menjelaskan tentang : pengolahan data yang diambil dari objek penelitian dengan menggunakan rumus rumus terapan manajemen dan alat ukur statistik beserta teori – teorinya, baik secara kuantitatif maupun kualitatif dengan didukung oleh daftar tabel. Adapun analisis dan pembahasannya terdiri dari : Metode Beban Kerja, Metode Potensi Penjualan, Persamaan Regresi Linear, dan Korelasi.

BAB V PENUTUP

Bab ini terdiri bagian -bagian yang akan menyajikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan yang diberikan merupakan rangkuman hasil penelitian dan hasil pembahasan, serta merupakan jawaban terhadap masalah yang dikemukakan. Sedangkan saran yang diberikan merupakan kelanjutan dari kesimpulan berupa anjuran yang meliputi aspek operasional, kebijakan, maupun konseptual akhir yang dapat ditarik, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan bahan masukan.