

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap perusahaan, baik yang bergerak di bidang produk maupun jasa mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang lebih luas. Kondisi pertumbuhan bisnis saat ini cukup tinggi, dimana dapat dilihat dari perusahaan dibidang distributor dengan produk yang sejenis dengan distributor yang lain sebagai pesaing, sehingga akan terjadi persaingan dalam merebutkan pangsa pasar dan konsumennya. Usaha ini tidak lepas dari peranan bagian pemasaran.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan yang berhubungan langsung dengan konsumen. Kegiatan pemasaran selama ini tidak terlepas dari unsur persaingan. Sehingga perusahaan harus melakukan strategi yang bagus agar dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran untuk mempertahankan sekaligus meningkatkan omset yang diinginkan perusahaan.

Dalam hal ini meningkatkan omset penjualan erat kaitannya dengan strategi pemasaran. Meningkatkan omset sesuai target yang telah di tentukan merupakan sebagai impian terbesar dari perusahaan tersebut. Tidak hanya target dari omset penjualan, meningkatnya kualitas usaha dari sisi internal maupun eksternal juga menjadi fokus bagi perusahaan untuk mencapai kesuksesannya. Untuk mendukung kesuksesan perusahaan dibutuhkan kinerja tenaga penjualan seperti sales untuk mengenalkan produk-produk ke customer. Kinerja merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam menunjukkan sasaran, visi dan misi yang dituangkan melalui perancangan strategi dalam suatu perusahaan. Sehingga perusahaan harus lebih cermat membaca dan mengantisipasi keadaan pasar sehingga dapat menciptakan kenaikan omset yang diinginkan dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas dan bisa memuaskan konsumen agar dapat memenangkan persaingan. Seperti halnya pada perusahaan distributor Unilever di CV. Mulya Jaya Abadi yang bertempat di

JL. Kali Rungkut, No. 40, Surabaya, Jawa Timur perlu adanya rancangannya suatu strategi untuk meningkatkan omset agar tidak terjadi penurunan omset secara drastis. Karena target yang diinginkan oleh perusahaan CV. Mulya Jaya Abadi untuk perharinya yaitu Rp 67.000.000 sehingga untuk satu bulan targetnya sebesar Rp 1.742.000.000. Akan tetapi setelah dilakukan penelitian target perusahaan yang dihasilkan oleh sales *General Trade* untuk setiap bulannya tidak stabil dan adanya penurunan secara drastis di bulan Juni dan bulan Oktober. Pada bulan April omset yang dihasilkan oleh sales cukup tinggi yaitu Rp 2.598.390.000, pada bulan Mei terjadinya penurunan omset yaitu Rp 2.460.557.000, pada bulan Juni terjadi penurunan secara drastis yaitu Rp 1.061.322.000, pada bulan Juli adanya peningkatan omset yaitu Rp 1.974.845.000, pada bulan Agustus omset mulai turun kembali yaitu Rp 1.593.572.000, Pada bulan September omset yang dihasilkan menurun yaitu Rp 1.547.174.000, dan pada bulan terakhir Oktober penelitian omset ini turun sangat drastis yaitu Rp 796.631.000.

Dilihat dari omset yang dihasilkan oleh sales *General Trade* bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi penurunan target sales *General Trade* seperti :

1 Faktor Toko

- a. Toko Tutup pada saat sales mendatangi toko tersebut.
- b. Toko masih mempunyai tunggakan yang belum dibayar sehingga toko tersebut tidak dapat order kembali.
- c. SKU (*Stock Keeping Unit* yaitu pembeda jenis barang yang akan dijual) yang ditentukan dari toko sehingga sales tidak bisa menawarkan semua produk kepada toko tersebut.

2 Faktor Sales

- a. Kurangnya komunikasi terhadap *customer* atau kurang bernegosiasi dalam melakukan jual beli.
- b. Tidak terencana rute yang diberikan dari perusahaan sehingga tidak semua target toko dikunjungi dengan alasan waktu.
- c. Kurang hafal jenis produk dan promo sehingga kurang maksimalnya dalam menawarkan produk.

- d. Personal sales yang sering telat dan izin.
- 3 Faktor Pengiriman
- a. Keterlambatan dalam pengiriman dari masa order sehingga hilangnya kepercayaan *customer* terhadap pemesanan di hari berikutnya.
 - b. *Customer* merasa kehilangan barang setelah *delivery* mengirim orderan yang menyebabkan hilangnya kepercayaan pada distributor.
- 4 Faktor Luar
- a. Pangsa pasar *customer* menurun akibat pandemi Covid-19 dan produk mereka masih banyak sehingga jumlah order yang dilakukan hanya sedikit.
 - b. Kompetitor yang mendahului datang ke toko dan perbandingan harga yang kalah dengan kompetitor.
 - c. Cuaca seperti turunya hujan yang menyebabkan sales tidak optimal untuk kunjungan toko.
 - d. Tidak adanya stok karena keterlambatan barang datang .

Untuk mengatasi permasalahan tersebut dibutuhkan suatu metode analisa *Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats* (SWOT) agar bisa diketahui strategi yang harus digunakan dalam CV. Mulya Jaya Abadi dalam meningkatkan omset sales.

Dengan melakukan penelitian menggunakan metode analisa SWOT diharapkan bisa dibentuknya suatu strategi dalam meningkatkan omset sales. Dari uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “PERANCANGAN STRATEGI SALES *GENERAL TRADE* DENGAN METODE SWOT GUNA MENINGKATKAN OMSET (STUDI KASUS : CV. MULYA JAYA ABADI)”

B. Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

1. Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang diatas, untuk mengatasi permasalahan penurunan omset tidak sesuainya target di CV. Mulya Jaya Abadi sehingga menimbulkan kerugian pada perusahaan tersebut karena stock barang baru juga akan di *hold on* (pending) oleh pihak Unilever. Salah satu upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut diperlukan adanya perancangan strategi yang matang agar tidak mengalami kerugian bagi perusahaan. Maka diperlukan metode SWOT yang digunakan dalam memecahkan masalah ini.

2. Batasan Masalah

Agar lebih terarah dan tidak menyimpang dari pembahasan, maka peneliti membatasi masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- a. Penelitian dilakukan di CV. Mulya Jaya Abadi JL. Kali Rungkut No. 04, Surabaya, Jawa Timur.
- b. Penelitian ini berfokus pada omset sales *General Trade*
- c. Penelitian ini dibatasi sampai perancangan strategi sales *General Trade* dengan metode SWOT guna meningkatkan omset pada CV. Mulya Jaya Abadi, Karena bagi peneliti dibuatkannya perancangan strategi untuk sales *General Trade* agar lebih tertata lagi maka kemungkinan besar akan meningkatkan omset penjualan pada perusahaan tersebut.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah ditemukan di atas dapat dirumuskan masalahnya yaitu :

1. Apa saja yang menjadi penyebab turunnya omset penjualan pada CV. Mulya Jaya Abadi ?
2. Bagaimana strategi sales *General Trade* yang dapat digunakan untuk meningkatkan omset penjualan ?

D. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini yaitu :

- a. Menghindari turunnya omset agar barang yang dipesan perusahaan tidak ditahan oleh pihak Unilever
- b. Menentukan strategi apa yang harus dijalankan sales *General Trade* untuk meningkatkan penjualan agar mendapatkan omset sesuai target.

2. Manfaat

a. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini merupakan tahap awal dalam pengaplikasian teori yang didapatkan di bangku perkuliahan untuk memecahkan masalah sebenarnya yang terjadi di lapangan. Sehingga penulis dapat mengetahui secara langsung strategi yang harus digunakan untuk meningkatkan omset pada perusahaan CV. Mulya Jaya Abadi.

b. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam memecahkan permasalahan yang sejenis dan dapat menambah wawasan serta dipergunakan sebagai referensi oleh penulis lain untuk memahami metode SWOT dalam menentukan strategi di suatu perusahaan.

c. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atau bahan masukan bagi perusahaan CV. Mulya Jaya Abadi dalam menerapkan kebijakan kepada sales *General Trade* untuk menarik perhatian konsumen agar bisa tertarik pada produk yang ditawarkan dan mendapatkan omset yang diinginkan bagi perusahaan serta perusahaan juga akan mendapatkan strategi baru ketika omset sedang turun.