

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Penjualan menurut Reeve, Warren, dan Durhac merupakan sejumlah total yang dikenakan kepada pelanggan untuk barang dagangan yang dijual, termasuk penjualan tunai dan kredit. Penjualan diartikan dengan proses pemenuhan kebutuhan penjual dan pembeli baik secara tunai maupun kredit. Peran penjualan dilakukan dalam kebijakan promosi, kebijakan distribusi, hingga menjadi jembatan komunikasi antara konsumen dan internal perusahaan. Selain itu penjualan berperan penting dalam proses membangun pemasaran relasional maupun CRM. Target penjualan, ada kalanya jumlah yang telah ditentukan sebagai target tidak tercapai. Hal ini harus dilakukan evaluasi agar bisa mengetahui hal-hal yang menyebabkan tidak tercapainya target penjualan dan agar bisa memberikan kunci keberhasilan untuk mencapai target. Karena dengan melakukan evaluasi akan mendapatkan solusi yang dibutuhkan untuk setiap hal-hal yang menyebabkan tidak tercapainya target penjualan. (Desy,2020).

Target penjualan penting untuk menjadi unsur dari proses penetapan pasar yang menjadi acuan guna penetapan strategi jualan yang akan digunakan. Untuk mencapai target penjualan juga sangat penting membantu dalam membuat bisnis menjadi lebih terarah, membantu menyusun strategi bisnis, membantu menghadapi persaingan bisnis, dan memberikan tantangan berbisnis. (Daud,2018).

Penelitian ini akan dilakukan pada pemilik, sales, dan konsumen di PT. BNS (Bara Niaga Sejahtera). Pabrik ini memiliki alamat di desa Plumpang Rengel Tuban Jawa Timur dan memiliki cabang di Yogyakarta pada Jl. Griya Taman Asri Panasan Dino Harjo, Ngaglik, Kabupaten Sleman yang memproduksi produk mortar dari tahun 2013 yang merupakan awal berdirinya pabrik. Pabrik ini juga menjual produk semen curah. Masalah utama yang dihadapi oleh PT. BNS berdasarkan wawancara dengan pemilik dan koordinator sales adalah tidak tercapainya target penjualan. Analisis dilakukan berdasarkan data penjualan masa lalu dan data salesmen.

Berdasarkan wawancara dengan para sales di PT. BNS didapatkan bahwa adanya kesulitan saat menawarkan dan menjual produk kepada konsumen,

karena beberapa faktor. Salah satu faktor tersebut adalah merek atau *brand* dari PT. BNS masih kurang terkenal dibanding dengan produk dari pabrik lain yang sudah berdiri lebih lama dari PT. BNS, penjualan juga dipengaruhi musim pada tiap tahunnya yang menyebabkan harga produk tidak menentu, hal lain adalah sales juga kurang mendapatkan motivasi, baik dari diri sendiri atau dari orang-orang sekitar, selain itu juga dari hasil dari wawancara dengan pemilik hal-hal yang mempengaruhi penjualan adalah musim hujan dan 4 kompetitor, seperti perusahaan Inti Mortar, Sangkuat, Sika, dan Mortar Indonesia, apabila 4 perusahaan tersebut mengalami penurunan atau kenaikan harga bahan baku maka PT. Bara Niaga Sejahtera akan menyesuaikan. Hasil wawancara dengan pemilik juga mengatakan, target penjualan dari bulan September 2021-Februari 2022 tidak tercapai dan kalau media sosial sangat berpengaruh dalam hal bisnis ke konsumen. Karena hal ini sangat berguna untuk membangun relasi lebih banyak dan memperkenalkan *brand* kepada masyarakat. Hal ini bisa dibuktikan dengan perusahaan lain yang telah menggunakan media sosial, sedangkan PT. Bara Niaga Sejahtera belum menggunakannya. Pemilik juga mengatakan kalau target penjualan tiap sales adalah 2.500 sak.

1.2. Perumusan Masalah

Rumusan masalah yang didapat dari hasil identifikasi latar belakang adalah "Tidak tercapainya target penjualan PT. Bara Niaga Sejahtera."

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah memberikan saran dan solusi kepada pemilik untuk mencapai target penjualan tiap bulan agar perusahaan bisa sukses.

1.4. Batasan Masalah

- a. Hasil rekap data penjualan sales selama 6 bulan dari bulan September 2021-Februari 2022.
- b. Produk yang dianalisis untuk melihat ketercapaian target penjualan adalah produk Acian, Acian Putih, Acian Abu, Perekat, Plester, Render, Skimcoat Abu, Thinbed, Tile Adhesive, Tile Adhesive 80, dan Tile Adhesive 70.