

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH DAN SKRIPSI

Pada hari ini Jum'at, tanggal 02 bulan Agustus tahun 2019, telah dilakukan verifikasi dan validasi artikel ilmiah dan skripsi Mahasiswa atas nama :

Nama : Murmaniyah
NPM : 15.31.0180
Fakultas : Ekonomi
Jurusan / Program Studi : Manajemen
Tahun Masuk/Semester : 2015 / 1
Tahun Lulus/ Semester : 2019 / 8
Indek Kumulatif (IPK) : 3.69
Hasil Plagiasi : 15 %
Letter Of Acceptance (LOA) : Ada / Tidak Ada (Coref tidak perlu)





Dinyatakan memenuhi syarat dan ketentuan untuk melakukan pendaftaran yudisium pada semester Ganjil/Genap Tahun akademik 2018 / 2019

Banjarmasin, 02 Agustus 2019
Mahasiswa,



MURMANIYAH

Mengetahui / Menyetujui:

1) Pembimbing I	<u>Murnurrofy, SE, MM</u>	1) 
2) Pembimbing II	<u>Rizmanwati, SE, MM</u>	2) 
3) Ketua Program Studi	<u>Dr. Dwi Wahyani Ardiwijata, MM</u>	3) 
4) UPT Publikasi dan Pengelolaan Jurnal	<u>Antoni Pandede SGG, M. Si, Ph.D</u>	

ANALISIS KEBIJAKSANAAN PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA CV.SURYA PRIMA BATULICIN

Nurmaniyah

imahnurmaniyah@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan omzet penjualan pada CV. Surya Prima Batulicin, metode yang digunakan adalah pengumpulan data dan menggunakan data primer. Untuk meningkatkan omzet penjualan menggunakan beberapa cara diantaranya personal selling dan periklanan. Permasalahan yang terjadi pada CV. Surya Prima Batulicin pada tahun 2017 adalah belum tercapainya target penjualan dan promosi yang digunakan ada personal selling dan periklanan, salah satu personal selling yang dilakukan yaitu komunikasi langsung (tatap muka) kepada konsumen yang datang ketoko dan promosi yang dilakukan dalam bentuk periklanan yaitu menggunakan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram. Dalam usaha peningkatan omzet penjualan pada tahun 2018 maka sebaiknya CV. Surya Prima Batulicin masih menggunakan personal selling dan periklanan, namun cara mempromosikannya berbeda dengan tahun sebelumnya. Personal selling yang dilakukan adalah dengan cara menghadiri acara pameran untuk mendirikan sebuah tempat promosi (stand) untuk memperkenalkan produk secara langsung yang dihadiri oleh banyak kalangan masyarakat. Dan dalam promosi periklanan menggunakan media ceta dengan cara memasang spanduk diatas toko dan memasang dibeberapa tempat yang banyak dilalui masyarakat seperti dipinggir jalan raya untuk memberikan informasi produk yang dijual.

Kata Kunci : Personal selling; Periklanan.

ABSTRACT

This study aims to increase sales turnover on CV. Surya Prima Batulicin, then method used is collecting data and using primary data. To increase sales turnover using several promotional methods including personal selling and advertising, problem that occur in CV. Surya Prima Batulicin in 2017 is not yet achieved the sales and promotion targets used are personal selling and advertising, one of which is personal selling that is direct communication (face to face) to consumers who come to the store and promotion carried out in the form of advertising that is using social media like WhatsApp, Facebook and Instagram. In an effort to increase sales turnover in 2018 CV. Surya Prima Batulicin still uses personal selling and advertising, but the way to promote it is different from the previous year. Personal selling is done by attending exhibitions to establish a stand to introduce products directly which is attended by many people. And in advertising promotion using media print by putting up banners on the store and installing in a number of places that many people pass through such as on the roadside to provide information on product sold.

Keyword :Personal Selling; Advertising.

PENDAHULUAN

Marketing sangat penting bagi suatu perusahaan, karena marketing inilah yang memberikan dampak yang sangat besar bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan kedepannya. Marketing sendiri merupakan sebuah kegiatan untuk dapat memenuhi berbagai kebutuhan dan kepuasan para konsumen dengan berbagai cara seperti menentukan harga, tempat penjualan dan melakukan promosi dari produk tersebut. Jadi, marketing adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya.

Alasan peneliti mengambil judul tersebut untuk mengetahui cara-cara promosi apa saja yang dilakukan pada CV. Surya Prima Batulicin untuk meningkatkan omzet penjualannya agar tidak kalah saing dengan perusahaan lain, karena mengingat banyaknya perusahaan-perusahaan yang menjual produk dan merk yang sama.

Setiap perusahaan tentunya memiliki kebijaksanaan saluran dan promosi masing-masing dalam berbisnis. Permasalahannya adalah tepatkah kebijaksanaan itu di pergunakan oleh perusahaan tersebut. Karena bila ternyata kebijaksanaan yang diterapkan oleh perusahaan tidak sesuai dengan keadaannya, maka kebijaksanaan yang dibuat tersebut akan mengakibatkan kegagalan bagi perusahaan tersebut.

Berbagai cara dapat dilakukan dalam rangka mencapai keberhasilan dan kesuksesan suatu perusahaan. Cara yang diterapkan perusahaan pun berbeda-beda, mulai dari bagian produk, harga, distribusi, maupun promosinya. Cara perusahaan dalam meningkatkan penjualannya dilakukan berbagai cara, salah satunya adalah dengan cara meningkatkan promosinya, yang tentunya akan mengakibatkan peningkatan biaya. Tentunya cara-cara seperti ini diharapkan dapat mempengaruhi tingkat penjualan secara signifiat.

Perusahaan berdiri dengan tujuan untuk mendapatkan laba, mempertahankan hidup ataupun untuk meningkatkan pertumbuhan tertentu. Untuk mencapai tujuan, perusahaan dituntut melaksanakan dan mengkoordinasikan kegiatan pokok perusahaan salah satunya kegiatan pemasaran. Dalam melaksanakan pemasaran pada suatu produk pasti terdapat berbagai pesaing-pesaing yang banyak, sehingga memerlukan promosi yang efektif dan efisien untuk menunjang keberhasilan kegiatan promosi.

Kelangsungan hidup sebuah perusahaan tergantung dari minat pelangganya dan kemampuan untuk menghasilkan suatu keuntungan. Perusahaan tidak akan dikenal orang, berkembang dan mampu menghasilkan suatu keuntungan apabila perusahaan tidak mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk memberi tahu kepada konsumen mengenai produk baru dapat menggunakan promosi ketika memperkenalkan produk baru tersebut. Promosi juga dapat mengingatkan konsumen bahwa produk tersebut ada, terlebih mengingatkan kualitas produk dan keuntungan yang ditawarkan melebihi pesaing.

Perkembangan dunia bisnis sekarang ini tidak terlepas dari perubahan lingkungan bisnis yang berorientasi pada pelayanan apalagi persaingan didunia otomotif sekarang ini gencar-gencarnya menjual produk yang sama dengan merk yang berbeda, hal ini akan memicu persaingan dalam melakukan promosi terbaiknya sebagai upaya memperluas pasarnya.

Semakin banyak kegiatan perdagangan diberbagai daerah menyebabkan para perusahaan perlu mengambil suatu tindakan kebijakan-kebijakan yang paling tepat untuk melakukan kegiatan pemasaran begitu yang meliputi keseluruhan kegiatan penjualan, perdagangan distribusi dan promosinya.

CV. Surya Prima Batulicin merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa untuk penjualan sepeda motor, memperbaiki kendaraan bermotor, dan spare part. Perusahaan ini tidaklah mudah dalam meniti perkembangan dari waktu ke waktu tanpa bantuan pembinaan dan pengembangan dari semua pihak yang terkait agar dalam kegiatannya dapat berjalan dengan baik dan lancar sesuai dengan perusahaan inginkan. Kegiatan promosi yang dilakukan adalah berbentuk *personal selling* diantaranya melakukan komunikasi langsung (tatap muka) kepada konsumen yang datang ketoko ingin melakukan suatu proses pembelian, dan bentuk periklanan salah satunya membagikan brosur kepada masyarakat agar dapat meningkatkan omzet penjualannya.

METODE

Untuk mempermudah dalam menganalisis pembahasan pada rencana penyusunan skripsi, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai bahan analisis untuk menjadikan dalam bentuk skripsi. Data yang digunakan adalah bersumber dari data primer. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat pertama kali oleh peneliti. Metode yang digunakan oleh penulis dalam mengumpulkan data adalah sebagai berikut :

- 1) Penelitian pendahuluan yaitu penelitian awal yang ditempuh untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai permasalahan yang akan dibahas.
- 2) Penelitian keputusan yakni penelitian dengan cara membaca dan mempelajari referensi atau literatur yang relevan agar diperoleh landasan teoritis yang akan digunakan sebagai pedoman pemikiran dalam penulisan skripsi ini.

- 3) Penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilaksanakan dengan cara terjun langsung ke obyek penelitian guna memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan.

Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu :

- 1) Observasi yaitu suatu teknik dalam mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan langsung terhadap obyek penelitian guna mendapatkan gambaran yang jelas terhadap subyek penelitian.
- 2) Interview yaitu mengadakan tanya jawab dengan pihak-pihak terkait yang dapat memberikan penjelasan atau keterangan yang di inginkan, sesuai dengan permasalahan yang diteliti.
- 3) Dokumentasi yaitu teknik memperoleh data dengan cara pengumpulan, meneliti dan mempelajari dokumen atau catatan dan laporan-laporan yang ada diperusahaan.
- 4) Metode dan teknik pengumpulan data yaitu data yang berhasil dikumpulkan lalu dianalisa dengan cara membandingkan dan mengkaji dengan cara menggunakan dasar-dasar teoritis yang menjadi acuan penelitian untuk mendapatkan pemecahan masalah yang ada serta berguna dalam menarik kesimpulan dan saran yang akan diberikan dan pada akhirnya disusun dalam bentuk skripsi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Tabel 1
Tabel Penjualan CV. Surya Prima Batulicin
Periode Januari – Desember Tahun 2017

NO	BULAN	UNIT			KET
		TARGET	REALISASI	RP	
1	Januari	270	143	2.429.250.000	-127
2	Februari	270	138	2.350.250.000	-132
3	Maret	270	173	3.025.230.000	-97
4	April	270	180	2.988.790.000	-90
5	Mei	270	180	2.995.325.000	-90
6	Juni	270	201	3.259.370.000	-69
7	Juli	270	137	2.307.795.000	-133
8	Agustus	270	162	2.940.060.000	-108
9	September	270	161	2.738.605.000	-109
10	Oktober	270	181	3.147.115.000	-89
11	November	270	191	3.491.500.000	-79
12	Desember	270	222	3.865.055.000	-48

Keterangan : Bulan penjualan; targer penjualan; jumlah yang terjual; total harga yang terjual; total tidak/tercapainya target peneualan.

1.1 Personal Selling

Personal selling atau sering juga disebut dengan promosi penjualan merupakan usaha untuk meningkatkan penjualan baik jangka panjang maupun jangka pendek, dirancang untuk merangsang pembelian suatu produk tertentu agar lebih cepat dan lebih kuat oleh konsumen dan pedagang.

Personal selling harus dikatakan dapat menimbulkan daya tarik kepada konsumen agar menimbulkan kepuasan dan keinginan untuk mengetahui lebih banyak tentang produk yang ditawarkan pada akhirnya menimbulkan keinginan untuk melakukan pembelian.

Dari data diatas salah satu *personal selling* yang dilakukan di tahun 2017 pada CV. Surya Prima Batulicin yaitu komunikasi langsung (tatap muka) kepada konsumen yang datang ke toko ingin melakukan suatu proses pembelian pada CV. Surya Prma Batulicin maka konsumen akan dilayani oleh Sales Counter . Tugas Sales Counter tersebut adalah menjelaskan keunggulan dan kegunaan suatu produk dengan lebih detail agar konsumen berminat membeli salah satu produk yang dijual pada CV. Surya Prima Batulicin.

1.2 Periklanan

Iklan merupakan suatu bentuk promosi yang sangat penting dalam meningkatkan suatu omzet penjualan dan volume penjualan pada setiap badan usaha. Yang mana tujuan utamanya mencari keuntungan yang sebanyak-banyaknya.

Bagi suatu perusahaan, baik itu perusahaan kecil maupun perusahaan besar suatu periklanan merupakan salah satu sebuah alat promosi yang digunakan dengan tujuan untuk memberikan suatu informasi atau keterangan secara umum mengenai jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dengan tujuan menarik minat pembeli.

Didalam melaksanakan suatu periklanan, biasanya dipergunakan suatu media perantara sebagai alat untuk menyampaikan keterangan yang meyakinkan pembeli mengenai barang yang ditawarkan kepada sejumlah besar calon pembeli atau tempat yang ramai. Untuk saat ini iklan yang digunakan ditahun 2017 pada CV. Surya Prima Batulicin adalah media cetak diantaranya pembagian brosur kepada masyarakat dan media elektronik seperti WhatsApp, Facebook dan Instagram karena mengingat perkembangan zaman yang semakin canggih dan masyarakat sudah banyak menggunakan media tersebut sehingga perusahaan lebih mudah memperkenalkan atau memberi informasi kepada calon pembeli.

2. PEMBAHASAN

Tabel 2
Tabel Penjualan CV. Surya Prima Batulicin
Periode Januari-Desember Tahun 2018

NO	BULAN	UNIT			KET
		TARGET	REALISASI	RP	
1	Januari	270	200	3.650.580.000	-70
2	Februari	270	186	3.382.590.000	-84
3	Maret	270	220	3.836.940.000	-50
4	April	270	266	4.878.350.000	-4
5	Mei	280	285	5.269.745.000	5
6	Juni	280	249	4.591.165.000	-21
7	Juli	280	281	5.031.495.000	1
8	Agustus	290	317	5.794.998.000	27
9	September	290	332	5.838.183.000	42
10	Oktober	290	343	6.172.533.000	53
11	November	300	350	6.310.944.000	50
12	Desember	300	405	7.584.509.000	105

Keterangan : Bulan penjualan; target penjualan; jumlah yang terjual; total harga yang terjual; total tidak/tercapainya target penjualan.

1.1 Personal Selling

Tujuan dari usaha pemasaran pada umumnya yaitu meningkatkan volume penjualan yang dapat meningkatkan keuntungan dengan menawarkan kebutuhan yang memuaskan pada pihak calon pembeli dalam jangka panjang.

Dari hasil penelitian yang dilakukan tentang *personal selling* yang ada pada CV. Surya Prima Batulicin sudah disusun dengan baik dalam cara kerja mempromosikan suatu barang kepada calon pembeli yang datang ke CV. Surya Prima Batulicin agar calon pembeli berminat untuk membeli dari salah satu produk yang di perjualbelikan.

Pada CV. Surya Prima Batulicin setiap terjadi penurunan target penjualan selalu memberikan pelatihan atau bimbingan kepada setiap karyawan untuk mengetahui penyebab terjadi penurunan target penjualan tersebut dan agar bisa lebih fokus untuk menyelesaikan permasalahan tersebut dulu sehingga target penjualan tersebut menjadi stabil lagi.

Personal selling yang dilakukan pada CV. Surya Prima Batulicin untuk lebih meningkatkan omzet penjualan yaitu menghadiri acara pameran untuk mendirikan sebuah tempat promosi (*stand*) untuk memperkenalkan produk secara langsung yang dihadiri oleh banyak kalangan masyarakat.

1.2 Periklanan

Iklan merupakan suatu bentuk promosi yang sangat penting dalam meningkatkan suatu omzet penjualan dan volume penjualan pada setiap badan usaha. Yang mana tujuan utamanya mencari keuntungan yang sebanyak-banyaknya.

Untuk memperjelas periklanan, ada beberapa media yang digunakan perusahaan-perusahaan adalah sebagai berikut :

- (1) Media cetak merupakan terdiri dari lembaran dengan sejumlah kata, gambar atau foto.
- (2) Media televisi yang paling baru dan berkembang paling banyak diantara media-media terperting dan paling serbaguna.
- (3) Media radio merupakan media yang paling memiliki jangkauan yang selektif terhadap segmen pasar tertentu.
- (4) Media elektronik merupakan jenis salah satu jenis media yang digunakan dalam ajang membagikan informasi yang memiliki jangkauan luas.

(5) Media luar ruang salah satu media yang diletakkan diluar ruangan.

(6) Media lini bawah yakni antara lain promosi penjualan, sponsor dan *direct mail*.

Dari data diatas pada tahun 2018 CV. Surya Prima Batulicin untuk lebih meningkatkan omzet penjualannya menggunakan iklan media cetak dengan cara memasang spanduk diatas toko dan memasang dibeberapa tempat yang banyak dilalui masyarakat seperti dipinggir jalan raya untuk memberikan suatu informasi yang dijual.

PENUTUP

Kesimpulan

- 1) Berdasarkan hasil penelitian pada CV. Surya Prima Batulicin masih sering mengalami penurunan target penjualan pada tahun 2017, kegiatan promosi yang dilakukan adalah *personal selling* diantaranya melakukan komunikasi langsung (tatap muka) kepada konsumen yang datang ke toko untuk melakukan suatu proses pembelian, maka konsumen akan dilayani oleh Sales Counter. Dimana tugas Sales Counter tersebut menjelaskan keunggulan dan kegunaan suatu produk agar konsumen berminat membeli salah satu produk yang dijual. Kegiatan selanjutnya adalah periklanan diantara menggunakan media cetak dengan membagikan atau meyebarakan brosur ditempat yang ramai seperti dijalan raya yang banyak dilalui oleh masyarakat dan periklanan melalui media elektronik dengan menyebarkan beberapa informasi melalui WhatsAps, Facebook dan Instagram karena kebanyakan dari masyarakat menggunakan media tersebut.
- 2) Pada tahun 2018 target penjualan pada CV. Surya Prima Batulicin sudah mengalami peningkatan target penjualan, kegiatan promosi yang seharusnya dilakukan adalah *personal selling* dan periklanan namun bentuk kegiatan promosinya berbeda dengan tahun sebelumnya. Pada *personal selling* bentuk kegiatannya adalah menghadiri suatu acara pameran untuk memperkenalkan secara langsung kepada masyarakat yang dilakukan dalam rangka memperingati hari jadi Tanah Bumbu yang dihadiri oleh berbagai kalangan masyarakat . Kegiatan promosi selanjutnya adalah memasang beberapa spanduk diantara diatas toko dan dipinggir jalan raya dengan menampilkan sebuah gambar dan informasi yang dapat menunjang minat konsumen.

Saran-Saran

- 1) Untuk menghindari terjadinya penurunan target penjualan, perusahaan sekiranya melakukan kegiatan promosi *personal selling* dengan memberikan informasi secara langsung kepada konsumen dan kegiatan promosi periklanan dengan membagikan beberapa brosur.
- 2) Seharusnya kegiatan yang harus dilakukan dalam meningkatkan omzet penjualan yaitu dengan menghadiri suatu acara pameran yang dihadiri oleh banyak kalangan masyarakat yang merupaka bentuk promosi *personal selling* dan memasang bebarapa spanduk ditempat yang ramai. Dan sebaiknya kegiatan promosi harus dilakukan dengan lebih giat lagi agar tidak terjadi penurunan penjualan.

REFERENSI

Kotler, Philip (2005). *Manajemen Pemasaran* jilid 1 edisi kesebelas, indeks. Jakarta.

Kotler, Philip (2007). *Manajemen Pemasaran*, Erlangga. Jakarta.

Radiosunu (1990). *Politik Pemasaran*, Yogyakarta : BPFE, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.

Kotler, Philip (2004). *Dasar-Dasar Pemasaran* jilid 2 Pt. Indeks. Jakarta.

Swastha Basu dan Ibnu Sukotjo (2002). *Pengantar Basis Modern*. Yogyakarta : Liberty.

Swastha Basu dan Irawan (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Penerbit Liberty.

Kusnandi (2000). *Akuntansi Keuangan Menengah (Prinsip, Prosedur, dan Metode)*. Jakarta.

Swastha Basu dan Irawan (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty. Erlangga.

..... (1990). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.

Sondang P. Siagian (2002). *Manajemen Personalia*. Cetakan Ketiga, Penerbit Ghalia Indonesia. Jakarta.

Kotler, Philip (2003). *Manajemen Pemasaran*, Erlangga. Jakarta.

Swastha Basu dan Ibnu Sukotjo (1995). *Pengantar Bisnis Moderen*, Yogyakarta. Liberty.

Alma, Buchari (2009). *Manajemen Pemasaran da Jasa*. Cetak Kedelapan Bandung : Liberty.

Swasta Basu dan Irawan (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Penerbit Liberty.

Komaruddin (2001). *Ekonomi Perusahaan dan Manajemen*, Bandung : Alumnii.

Kotler, Philip (2007). *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid 2, Evisi V, Penerbit Erlanga, Jakarta.

Hasdiyanti (2014). *Analisis Kebijakan Promosi Dan Saluran Distribusi PadaUsahaPentol Ikan Alwi Pagatan*, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari.

Pamungkas, Adhi (2014). *Analisis Kebijakan Promosi Pada Perusahaan Minimarket Eva Banjarbaru*, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari.

Jeminta, Ignasius (2014). *Analisis Kebijakan Saluran Distribusi Dan Promosi Pada PT. Aneka Mekar Banjarmasin*, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari.