

BAB III

PERMASALAHAN PERUSAHAAN

3.1 Analisa Permasalahan Yang Dihadapi Oleh Perusahaan

Permasalahan yang terjadi di PT.Pinus Merah Abadi adalah kurangnya penyusunan barang di planogram yang membuat Penjualan produk Menurun. Penyusunan yang tidak rapih di setiap planogram membuat konsumen sulit mencari barang yang ingin mereka beli dan membuat konsumen enggan membeli produk PT.Pinus Merah Abadi.

Planogram yang sedia kala sudah terstruktur tidak dapat dilaksanakan dengan baik karna adanya kemiskomunikasian dengan para pegawai yang tidak disampaikan dengan baik oleh atasan itu sendiri. Ketidak tepatan ini menjadialah satu masalah yang sangat intim untuk diselesaikan.

Keteledoran karyawan dan ketidakstrukturnya di planogram ini, tidak diselesaikan oleh atasan yang mana masalah ini dapat menimbulkan dampak negatif yang cukup signifikan untuk keberlangsungan PT tersebut. Dengan begitu kedepannya PT. Pinus Abadi akan menanggulangi masalah ini dengan para karyawan dengan para atasan akan membicarakan ini melalui rapat besar yang diadakan oleh PT. Pinus Merah Abadi.

3.1.1 Temuan Masalah

Pelaksanaan penjualan pada mitra perusahaan PT. Pinus Merah Abadi ini mengalami masalah yang dilontarkan konsumen, yang mana para konsumen mengkritik bahwa barang barang di rak tersebut sangat sulit untuk ditemukan dan tidak menariknya planogram ini membuat pembelian tidak meningkat dikarenakan tidak menariknya rak yang terjajar.

3.1.2 Perumusan Masalah

Meningkatkan kualitas dan juga meningkatkan penjualan kesiapan

kesiagaan pegawai terhadap barang barang dan struktur di planogram di perusahaan mitra PT. Pinus Abadi. Meningkatkan ketidakstrukturan planogram dengan pengecekan tiap hari. Memastikan dan bekerjasama dengan pihak Toko/Outlet agar produk terpajang dengan baik dan benar sesuai dengan planogram perusahaan ,guna mempermudah konsumen dalam menemukan barang karna tata letak brang pada sebuah rak sangatlah berpengaruh pada daya minat beli konsumen .

Negosiasi kepada pihak toko terkait untuk mendapatkan tata letak tempat yang dapat memaksimalkan penjualan produk seperti meminta produk di pajang di Rak Gondola utama atau di tempat yang mudah terlihat konsumen agar daya beli konsumen meningkat serta dapat meningkatkan omset penjualan. Negosiasi dengan pihak buyer administrasi outlet untuk memaksimalkan pembelian produk promo ,agar daya beli konsumen meningkat sehingga dapat meningkatkan omset penjualan toko maupun perusahaan .

3.1.3 Kerangka Pemecahan Masalah

Pada penulisan kerangka pemecahan masalah ini, penulis menerangkan bahwa untuk meningkatkan kualitas penjualan dan juga meningkatkan kualitas pegawai dengan cara penyeleksian dalam memilih ccalon pegawai dan dilakukan pemagangan dalam proses bekerja.

Melakukan pendekatan serta negosiasi yang baik dengan pihak toko terkait,agar produk dapat di promosikan di toko dengan maksimalkan sepertihal nya peletakan produk pada rak utama ,agar dapat meningkatkan penjualan produk . Melakukan Negosiasi dengan baik serta menjalin hubungan yang baik anantara karyawan toko , administrasi toko ,serta logistik pengiriman agar di permudah dalam pembelian produk serta jika terdapat masalah seperti retur barang dan sebagainya mudah diatasi dengan cepat jika terjalin hubungan dan koordinasi yang baik .

3.2 Landasan Teori

3.2.1 Pengertian

Penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting dan menentukan bagi perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan.

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pemebel, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba (Marwan, 1991). Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik konsumen sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan.

Adapun pengertian penjualan menurut para ahli yang diantaranya yaitu:

Menurut Moekijat “Dalam Buku Kamus Istilah Ekonomi”

Yang menyatakan bahwa “selling” melakukan penjualan ialah suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak “2000:488”.

Menurut Nitisemito “1998:13”

Mengemukakan bahwa “penjualan ialah semua kegiatan yang bertujuan untuk melancarkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen secara paling efisien dengan maksud untuk menciptakan permintaan yang efektif”.

Menurut Assuari “2004:5”

Berpendapat bahwa “penjualan ialah sebagai kegiatan manusia yang mengarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran”.

PT. PINUS MERAH ABADI P162 - PMA Lampung MT JL P. TIRTAYASA NO 17 KEL CAMPANG JAYA KEC. SUKABUMI BANDAR LAMPUNG. 35122, Bandar Lampung Telp. 07218040897 Npwp. 31.648.314.8-422.000		SURAT JALAN 		KEMASAN : C1804121 IDM DC BDL CAMPANG, MM JL. TEMBESU CAMPANG RAYA BANDAR LAMPUNG 35122	
NO. PO : EH3N03537 NO. SO : 1268038526 NO. DO : 4134026373		NO FAKTUR : TGL FAKTUR : SALESMAN : FIKSI :		:00143606 - MDMDA-BERLIANA	
PCODE NAMA BARANG		KEMASAN		QTY	
301298 NABATI RCO 122g MT (24p) SAT/IDM		CTN		71	
303965 NEXSTAR COOKIES STW 96g MT (30 box) SAT/I		CTN		4	
Total Karton Utuh : 75		DPP:10.243.069		PPN:1.126.738	
Special Discount: *KSNMTDC009 INDOMARET - DC FEE 2023		JUMLAH		11.661.340	
				291.534	

PENERIMA	PENGIRIM	ADM PENJUALAN	Special Discount	291.534
			Total Discount	0
			Nilai Faktur	11.369.806

PEMBAYARAN DENGAN GIRO ATAU CEK DIATASNAMAKAN PT PINUS MERAH ABADI DAN DIANGGAP LUNAS BILA GIRO ATAU CEK TELAH CAIR
 BILA GIRO ATAU CEK DITOLAK OLEH BANK MAKA SELURUH BIAYA DITANGGUNG OLEH CUSTOMER.
 Terbilang: SEBELAS JUTA TIGA RATUS ENAM PULUH SEMBILAN RIBU DELAPAN RATUS ENAM RUPIAH.

14.03.2023 16:08:02/Varity No : 7276036213 Hal : 1/1

Gambar 1.1 Surat jalan penjualan produk PT Pinus Merah Abadi

PT Pinus Merah Abadi merupakan perusahaan yang bergerak di bisnis penjualan dan distribusi dengan jaringan distribusi menyebar keseluruh wilayah Indonesia, baik melalui channel tradisional maupun modern. PT Pinus Merah Abadi memiliki sejumlah depo yang melayani ratusan ribu outlet pelanggan di seluruh Indonesia.

Untuk memperluas jaringan, PT. Pinus Merah Abadi juga bermitra dengan subdistributor besar yang tersebar dari Sabang hingga Merauke. Selain itu, perusahaan juga terus melakukan ekspansi pembukaan sejumlah depo untuk lebih mendekatkan diri kepada pelanggan serta lebih memperluas distribusi produk. PT.Pinus Merah Abadi terus bertransformasi menjadi sebuah perusahaan distribusi yang berkembang pesat. Pembenahan dari sisi Sumber Daya Manusia, Sistem Distribusi, Managemen Inventori, dan Tata Kelola Perusahaan. Dan dalam kurun waktu yang singkat, PMA bisa mencetak pertumbuhan pendapatan yang signifikan, sebaran produk yang lebih cepat dan merata secara nasional.

3.2.2 Kepuasan Pelanggan

Sistem Membangun sebuah bisnis dengan jangka panjang untuk memberikan keuntungan dan keberhasilan merupakan suatu hal yang diharapkan para pengusaha. Namun ada beberapa faktor pendukung penting seperti modal, karyawan dengan skill terbaik dan tentunya tak lepas dari konsumen atau pelanggan. Kepuasan pelanggan sangat penting untuk

membangun bisnis lebih maju untuk meningkatkan keuntungan bagi perusahaan.

3.2.3 Faktor Kepuasan Konsumen

Dalam Pelayanan merupakan pilar utama yang bersifat jasa yang bertujuan memelihara hubungan baik dan meningkatkan hubungan antara produsen dan pelanggan. Ada hal yang tak kalah penting dalam pelayanan yaitu untuk mendengarkan berbagai keluhan atau masukan pelanggan supaya memberi jalan keluar yang tertuju dan produk semakin baik dan diminati para pelanggan. Setelah menampung masukan yang terbaik, kualitas produk sangat penting, karena kualitas produk merupakan representasi (ekspektasi) konsumen dengan apa yang produsen buat. Beberapa hal agar kualitas produk dipercaya dengan memperhatikan kesesuaian yang dibutuhkan, rentan waktu daya tahan produk yang harus diperhatikan, kelebihan produk yang telah dibuat, dan keandalan suatu produk pembuatan akan mempengaruhi minat konsumen. Dari sinilah kepercayaan (loyalitas) datang untuk tetap membeli produk produsen yang dibuat. Patokan harga menjadi sangat penting di setiap bisnis, karena setiap harga yang ditawarkan perusahaan pada konsumen merupakan tolak ukur produk itu sendiri. Harga akan berpengaruh terhadap permintaan produk pasar. Sebab itu pilihlah harga sebagaimana tingkat bahan baku, alat yang digunakan dan skill kesulitan menjadikan tolak ukur menjadi nilai harga produk.

3.2.4 Cara Mengukur Indikator Kepuasan Pelanggan atas penjualan

Ini wajib produsen pahami akan menerima kritik dan saran, supaya perusahaan lebih berkembang maju untuk selalu menerima saran yang baik dari pelanggan, untuk memperbaiki kekurangan-kekurangan suatu masalah dalam produk maupun jasa. Di Beberapa tempat biasanya telah menyiapkan kotak saran yang dapat diisi langsung ataupun bisa melalui telepon yang dapat dihubungi sebagai layanan pelanggan atau call center. Ghost shopper merupakan salah satu strategi perusahaan untuk mengetahui kualitas pelayanan karyawan kepada konsumen dengan cara seseorang berpura-pura

menjadi salah satu konsumen. Ghost shopper telah mempunyai info pelayanan sesuai ilmu yang dibekali. Layananan ini biasanya ditemui dalam perusahaan besar seperti penyedia jasa kesehatan, perbankan, perusahaan layanan lainnya. Selain itu berfungsi mengamati dan mengevaluasi karyawan supaya lebih baik menghadapi konsumen dalam sikap. Selain untuk mengevaluasi kinerja karyawan, ghost shopper dapat meningkatkan dan menjadikan tolak ukur bisnis.

3.2.5 Pelayanan Penjualan

Pelayanan penjualan merupakan suatu konsep yang dikembangkan oleh sebuah perusahaan untuk membantu pembeli dalam melakukan proses pembelian. Biasanya pelayanan penjualan ini mengandalkan sales sebagai penyalur dari proses jual beli tersebut. Namun kunci agar pelanggan loyalitas untuk tetap memberikan pelayanan yang baik dan puas kunci utamanya adalah pelayanan dari sales.

3.3. Rancangan Program Yang Akan Dilakukan

Ketika rasa saling menghargai telah tertanam, memberikan informasi atau produk baru pada konsumen ada baiknya untuk saling menguntungkan satu sama lain. Dengan cara memberikan program promosi kepada pelanggan untuk mengapresiasi telah berlangganan produk.

Berikanlah sedikit kejutan untuk mengapresiasi kerjasama bisnis bersama pelanggan. Tidak usah yang mahal, misalnya memberikan voucher diskon supaya konsumen merasa senang dan tetap membeli produk ke perusahaan yang dijalani. Terkadang kebahagiaan, dapat terasa dari hal yang terkecil.