

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada umumnya setiap perusahaan menginginkan agar usahanya berjalan dengan lancar dan mendapatkan laba yang maksimal yang menjadi tujuan utamanya. Namun semua itu bukanlah suatu hal yang mudah diraih tetapi perlu kerja keras untuk mendapatkannya. Terlebih di masa sekarang ini perekonomian dunia sudah semakin berjalan di era globalisasi yaitu sebuah era yang menjanjikan keterbukaan dan kebebasan dalam berbisnis. Di masa sekarang ini perkembangan teknologi semakin maju dan canggih, sejalan perkembangan itu pula perkembangan perekonomian juga sudah semakin berkembang. Kebutuhan dan keinginan pembeli akan suatu barang atau jasa semakin meningkat dan menjadi tak terbatas. Di sisi lain laba yang dicapai oleh perusahaan sangat dipengaruhi oleh beberapa hal yaitu misalnya tingkat penjualan, persediaan barang dagang dan lain sebagainya. Hal ini menjadi masalah tersendiri yang harus segera diatasi perusahaan dalam menjalankan usahanya agar perusahaan tetap pada tujuan utamanya yaitu untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya.

Bertitik tolak dari krisis yang terjadi di Indonesia, maka semakin sadar bahwa pertumbuhan dan perkembangan suatu bangsa tidak hanya tergantung pada pertumbuhan ekonomi atau kestabilan politik bangsa itu sendiri, melainkan sebagian besar terletak pada bagaimana kemampuan dan kemauan serta semangat sumber daya manusianya sebagai asset utama terbesar dalam mengembangkan potensi bangsa. Semua sadar bahwa mereka hidup pada masa sekarang selalu menginginkan kehidupan yang lebih baik dari kemarin. Padahal kehidupan masa sekarang adalah merupakan hari kemarin bagi mereka yang hidup di masa yang akan datang. Soehendro menyatakan bahwa keadaan masa depan tidak mudah di ramal, namun dapat dipastikan bahwa Ilmu Pengetahuan dan Teknoogi (IPTEK) merupakan sumber penggerak utama pertumbuhan ekonomi dan kemajuan kehidupan masyarakat di sebagian besar negara dunia¹.

Iptek dan perkembangannya nantinya akan menghasilkan hal-hal yang baru dengan laju yang pesat, baik berupa barang dan jasa; layanan komunikasi baru tata cara kegiatan ekonomi. Pengaruh-

¹ Adi Susanto, *Kewiraswastaan*. (Jakarta: Ghalia Indonesia 2002), h. 9

pengaruh tersebut akan mendunia, melewati batas-batas negara yang meliputi berbagai kehidupan.²

Persaingan bisnis merupakan hal yang wajar di dunia perindustrian. Setiap perusahaan berlomba berbagai macam keunggulan dan manfaat produk yang dipasarkan dengan tujuan memperoleh keuntungan. Dalam menghadapi persaingan tersebut manajemen, perusahaan harus cerdas dalam menciptakan ikatan tertentu antara produk yang ditawarkannya dengan konsumen. Perusahaan dituntut untuk dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat bertahan dan menangani persaingan, sehingga tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai.

Pilihan produk konsumen berubah secara terus-menerus. Sebuah perusahaan harus mempunyai pengetahuan seksama tentang perilaku konsumen agar dapat memberikan definisi pasar yang baik untuk mengikuti perubahan yang konsisten dan terus-menerus ini, serta untuk merancang bauran pemasaran yang tepat.³

Orang yang sukses menentukan target, dan untuk bisa memperoleh kebahagiaan seseorang harus yakin bahwa dia

² Adi Susanto, *Kewiraswastaan...*, h. 10

³ http://www.eprints.ums.ac.id/2014/latar_belakang_persaingan_bisnis, (diunduh pada tanggal 4 November 2018)

mempunyai sebuah target yang penting. Dunia terbuka lebar bagi mereka yang tau arah yang dituju. Sesungguhnya konsep untuk mencapai sukses dimulai dari diri anda sendiri, jelasnya dimulai dari cara anda berfikir. Jadi mulailah dengan sikap mental yang positif.⁴

Perusahaan adalah suatu organisasi dimana sumber daya (Input) dasar seperti bahan dan tenaga kerja dikelola serta diproses untuk menghasilkan barang atau jasa (Output) kepada pembeli sehingga diperoleh laba perusahaan. Memaksimalisasi laba perusahaan merupakan tujuan utama perusahaan. Namun tidak dapat dipungkiri lagi bahwa saat ini masih banyak perusahaan yang dalam meningkatkan laba perusahaan hanya memfokuskan kegiatan pada sektor operasionalnya saja. Berbagai hal tersebut di atas menyebabkan perusahaan harus memutar otak lebih keras agar tetap bertahan dalam persaingan pasar yang semakin ketat supaya tidak tersingkir dan tentunya memperoleh laba yang menjadi tujuan utama didirikannya suatu perusahaan.⁵

1. *Sales Forecasting and Target* (Sebagai Pedoman Penjualan)

Sales target sangat penting karena merupakan tujuan yang hendak dicapai agar menghasilkan penjualan yang

⁴ Adi Susanto, *Kewiraswastaan...*, h. 57

⁵ http://www.eprints.ums.ac.id/2012/Masalah_bisnis, (diunduh pada tanggal 4 November 2018)

menguntungkan perusahaan. Sebagai pedoman kerja, target penjualan mengindikasikan keinginan perusahaan untuk maju dan berkembang. Pencapaian target adalah cerminan berhasil tidaknya kinerja yang diraih perusahaan dan tim penjualan.

Dalam menetapkan target penjualan, manager dapat meramu kebijakan perusahaan dan memformulasikan kepada setiap anggota siapa yang mendapat tugas pencapaian. Setiap anggota pasti akan mendapatkan target yang berbeda-beda sesuai dengan kemampuan masing-masing orang.⁶

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang teknologi canggih Smartphone Oppo berkembang pesat pada penjualannya di Kota Serang Banten adalah Smartphone Oppo. Pihak perusahaan selalu mengutamakan keunggulan produk terutama pada cameranya dengan julukan *Selfie Expert* juga selalu melakukan pembaharuan disetiap produk yang akan dikeluarkannya dengan menyesuaikan kebutuhan konsumen yang sehingga produk tersebut mampu bersaing dengan produk-produk dari perusahaan lainya.⁷

⁶ Billy Taufa Tenardhi, *The 8 Continums Of Sales Management Process*, (Jakarta: Raih Asa Sukses Penebar Swadaya Grup, 2012), h.128

⁷ Wawancara Firlian Erlandasari, salah satu karyawan (*Marketing Office*) di perusahaan, Wawancara dilakukan pada 22 September 2018.

Penjualan Smartphone di tanah air tumbuh 8,9% year-on-year (YoY) selama periode April sampai Juni 2019. Canals menyebutkan persaingan Smartphone di ranah online semakin memanas. Hal ini menandakan kondisi pasar Smartphone Indonesia ini terbilang membaik dari tahun-tahun sebelumnya usai dampak dari aturan IMEI yang baru saja ditetapkan pemerintah.

Selama periode tiga bulan itu, Lima vendor top smartphone di Indonesia menurut Canals adalah Oppo (26%), Samsung (24%), Xiaomi (19%), Vivo (15%) dan Realme (7%). Oppo jadi raja pasar ponsel Indonesia mengungguli merk-merk lain.⁸

Tabel 1.1

Persaingan Penjualan Produk Pada Periode April-Juni 2019

	Vendor	Unit share	YoY Growth
#1	OPPO	26%	+54%
#2	SAMSUNG	24%	+10%
#3	MI Xiaomi	19%	-9%
#4	VIVO	15%	+62%
#5	realme	7%	N/A

Source: Canals estimates (sell-in shipments), Smartphone Analysis, August 2019

Sumber Data: Canals: Top 5 Vendor Smartphone di Indonesia April-Juni 2019.

⁸ <https://selular.id>, Canals: Top 5 Vendor Smartphone di Indonesia, di unduh pada 9 September 2019.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana keuntungan sales berpengaruh terhadap target pencapaian penjualan. Oleh karena itu penulis tertarik untuk membuat skripsi yang berjudul sebagai berikut: **“Pengaruh Target Pencapaian Penjualan Smartphone Oppo Terhadap Keuntungan Sales (Studi di PT. World Innovative Telecommunication Pada Sales Promotor Cabang Kantor Serang)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas. Maka ada beberapa fakta yang menjadi permasalahan yaitu:

- 1) Banyaknya sales promotor yang masih belum bisa mencapai target penjualan pada setiap bulanya.
- 2) Meskipun sudah diberikan pembekalan penjualan agar mampu meningkatkan keuntungan, akan tetapi ada banyak faktor lain yang memengaruhinya.
- 3) Apakah dengan target penjualan smartphone oppo akan mempengaruhi keuntungan sales promotor.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dilakukan agar terfokus pokok pembahasan yang ada beserta pembahasannya, sehingga dapat di harapkan tujuan dari penelitian ini tidak menyimpang dari sasarnya. Batasan masalah dari penelitian ini hanya melihat variabel yang akan diteliti ialah (X): target pencapaian penjualan, (Y): keuntungan sales di PT. World Innovative Telecommunication (cabang kantor Serang). Dari kedua variabel tersebut apakah variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

Di dalam penelitian ini agar pembahasan terarah dan tidak melebar penulis membatasinya hanya pada pengaruh target pencapaian penjualan smartphone oppo terhadap keuntungan sales pada bagian sales promotor PT. World Innovative Telecommunication Cabang Kantor Serang yang berjumlah 220 orang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi penelitian sebagaimana diatas, dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh target pencapaian penjualan smartphone oppo terhadap keuntungan sales di PT. World Innovative Telecommunication Cabang Kantor Serang?

2. Seberapa besar pengaruh target pencapaian penjualan smartphone oppo terhadap keuntungan sales di PT. World Innovative Telecommunication Cabang Kantor Serang?

E. Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel (X) target pencapaian penjualan smartphone oppo terhadap variabel (Y) keuntungan sales, di salah satu perusahaan PT. World Innovative Telecommunication (Cabang Kantor Serang) yang memberikan izin dalam proses penelitian.

Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh target pencapaian penjualan smarphone oppo terhadap keuntungan sales di PT. World Innovative Telecommunication Cabang Kantor Serang.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh target pencapaian penjualan smarphone oppo terhadap keuntungan sales di PT. World Innovative Telecommunication Cabang Kantor Serang.

F. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian pasti mendatangkan manfaat sebagai tindak lanjut dari apa yang telah dirumuskan dalam tujuan penelitian. Adapun manfaat penelitian ini yang diharapkan adalah:

1. Bagi penulis, penelitian ini untuk dapat membandingkan antara teori yang dipelajari pada saat perkuliahan dengan praktik dilapangan serta untuk menambah wawasan, pemahaman dan ilmu pengetahuan tentang ilmu target pencapaian penjualan smarphone oppo di perusahaan PT. World Innovative Telecommunication (Cabang Kota Serang), juga sebagai syarat memperoleh gelar strata 1 (S.E) pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) di Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menguatkan teori yang ada, mengenai target pencapaian penjualan smarphone oppo terhadap keuntungan sales.
3. Bagi akademisi, penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan informasi dan referensi dengan berbagai hal yang berkaitan dengan penelitian dan untuk menambah pengetahuan ilmiah sekaligus sumber informasi dalam menunjang penelitian dimasa yang akan datang khususnya dalam bidang target pencapaian penjualan smarphone oppo terhadap keuntungan sales.
4. Bagi perusahaan, semoga hasil penelitian ini diharapkan menjadi salah satu masukan guna perusahaan untuk dapat lebih

meningkatkan dan mengembangkan bisnisnya dimasa yang akan datang.

G. Kerangka Pemikiran

Strategi berasal dari kata Yunani *strategeia* (*stratos* = *militer*) yang artinya seni untuk menjadi seorang jenderal. Menurut seorang ahli yaitu Stoner, Freeman dan Gilbert Jr mengatakan strategi ialah program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya.⁹

Barang-barang fisik merupakan bagian terbesar dari usaha produksi dan pemasaran kebanyakan negara. Setiap tahun, perusahaan-perusahaan AS saja memasarkan miliaran produk makanan segar, kalengan, kemasan, dan beku, selain itu juga jutaan mobil, kulkas, televisi, mesin, dan berbagai pilar ekonomi modern lainnya. Berkat internet, bukan hanya perusahaan yang memasarkan barang, bahkan individu pun dapat memasarkan barang secara efektif.¹⁰

Cara atau mekanisme penjualan produk kepada konsumen dapat dikelompokkan kedalam beberapa kategori seperti :

⁹ Hermawan Kertajaya dkk, *Mark plus On Strategy*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 4

¹⁰ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Penhallindo, 1997), h. 6

- a. Secara langsung,
- b. Melalui perantara atau dititipkan kepada orang lain,
- c. Sebagai paket dengan produk/jasa lain,
- d. Menggunakan pasar konvensional, atau melalui cara modern seperti on-line dan MLM,
- e. Dilakukan dengan cara tunai atau secara kredit,
- f. System discount untuk penjualan dengan kapasitas tertentu, dan lain sebagainya.¹¹

Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi dengan semangat beribadah keada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri.

Rasulallah Shallallahu ‘Alaihi Wassalam telah mengajarkan pada umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika keislaman. Dalam beraktivitas ekonomi, umat Islam dilarang melakukan tindakan bathil. Namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saling ridho, sebagaimana firman Allah Ta’ala;¹²

¹¹ Harsono Budi, *Karyawan Biasa Wajib Merintis Usaha*, (Bekasi: PT Global Perfecta Sinergitama, 2015), h.11

¹² [https://akmalaziz .wordpress.com](https://akmalaziz.wordpress.com), *Pemasaran Dalam Prespektif Islam* (diunduh pada 17 Juli 2019)

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisaa: 29)¹³

Aktivitas penjualan merupakan pendapatan utama perusahaan, jika aktivitas penjualan produk maupun jasa tidak baik dikelola dengan baik maka secara langsung dapat merugikan perusahaan.¹⁴ Sementara penjualan yang stabil dapat mempengaruhi laba.

Laba adalah total penerimaan (TR = Total Revenue) dikurangi dengan total biaya (TC). Jadi laba ditentukan oleh dua hal yakni penerimaan dan biaya. Perubahan laba yang akan didapatkan oleh perusahaan tergantung dari perubahan penerimaan (MR = Margin Revenue) dan perubahan biaya (MC). Jika perubahan penerimaan lebih besar dari perubahan biaya dari setiap output maka laba perusahaan yang diterima akan meningkat, dan sebaliknya. Jika

¹³ Lajnah Pentashih Al-Qur'an Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, (CV Penerbit Diponegoro 2010), h. 83

¹⁴ Basu Swasta, *Manajeen Penjualan*, (Yogyakarta: BPFE.2009), h. 8

perubahan penerimaan lebih kecil dari perubahan biaya. Dengan demikian laba akan maksimal jika perubahan laba sama dengan nol. Yaitu jika perubahan penerimaan sama dengan perubahan biaya.¹⁵

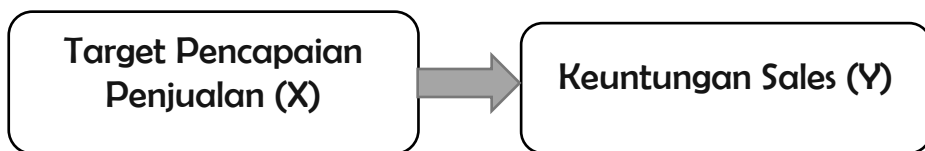
Dalam penelitian ini variabel yang diduga berpengaruh terhadap Y (keuntungan sales) ialah X (target pencapaian penjualan). Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut: target pencapaian penjualan dalam setiap perusahaan pasti ada dan sudah ditentukan seberapa banyak yang harus dikeluarkan dalam perhari atau perbulan oleh perusahaan. Namun dalam kegiatan penjualannya perusahaan membutuhkan seseorang atau sales untuk memperkenalkan produk-produknya kepada masyarakat luas sehingga menghasilkan suatu profit atau keuntungan. Kemudian peneliti ingin mengetahui apakah ada pengaruh atau tidak target pencapaian penjualan smarphone oppo terhadap keuntungan sales di PT. World Innovative Telecommunication cabang kota serang. Analisis penulis yang akan dilakukan adalah penelitian kepustakaan, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data menggunakan SPSS 22.

¹⁵ Sugiarto, *Ekonomi Mikro Suatu Kajian Komprehensif*, (Jakarta: PT Gramedia, 2002), 270

Berdasarkan teori dan tinjauan terhadap penelitian ini dapat dibuat skema pemikiran yang digunakan sebagai acuan alam pengujian hipotesis sebagai berikut:

Gambar 1.1

Skema Kerangka Pemikiran



H. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penjelasan, pemahaman serta penelaahan pokok permasalahan, yang akan dibahas maka penulis membuat pemetaan dan sistematika pembahasan dalam penelitian diantaranya sebagai berikut:

BAB I : Dalam bab ini akan menjelaskan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka pemikiran dan sistematika pembahasan.

BAB II : Dalam bab ini akan menjelaskan tentang kajian teoritis yang memuat landasan teori yang akan dibahas dalam

penelitian, hubungan antara variabel X terhadap variabel Y, hipotesis dan penelitian terdahulu.

BAB III : Dalam bab ini berisi tentang metode penelitian yang terdiri dari tempat dan waktu penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, jenis dan sumber data, operasional variabel penelitian, serta pengolahan data.

BAB IV : Dalam bab ini berisi tentang sejarah singkat tempat penelitian, pembahasan hasil penelitian dengan menggunakan SPSS 22.

BAB V : Dalam bab ini berisi penutupan yang meliputi kesimpulan dari penelitian berdasarkan analisis data yang telah diolah dan telah dibahas pada bagian sebelumnya dan memberikan saran yang dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam penelitian sebelumnya.