

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada tahun 2020, semua negara dilanda virus mematikan yang disebut dengan virus *covid-19* yang menyebabkan terhambatnya kegiatan masyarakat. Adanya virus ini juga berdampak pada perekonomian diberbagai belahan negara. Dampak yang diberikan berupa penurunan tingkat perekonomian. Virus *covid-19* atau coronavirus adalah keluarga virus yang menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan. *Coronavirus* atau Sindrom Pernafasan Akut Parah Coronavirus2 (*SARS-CoV-2*) adalah virus yang menyerang saluran pernapasan. Virus ini mampu menyerang siapa saja, mulai dari anak-anak, remaja, ibu hamil, ibu menyusui, dan lansia. Penyakit yang menyerang pada saluran pernapasan manusia biasanya diawali dengan flu biasa sampai penyakit yang serius misalnya *Sindrom (MERS)* dan *Sindrom Pernafasan Akut Parah (SARS)*.

Sejak masuknya virus *covid-19* di Indonesia, maka pemerintah mengeluarkan kebijakan PSBB (pembatasan sosial berskala besar). kebijakan tersebut dipastikan berpengaruh besar terhadap perekonomian di Indonesia. Sejak saat itu, pemerintah telah melakukan segala cara untuk mengatasi dan meminimalisir dampak virus *covid-19* di berbagai daerah. Pandemi virus *covid-19* hampir berdampak pada seluruh sektor, misalnya sektor kesehatan, wisata, manufaktur, ekonomi, transportasi, sosial, dan sektor pangan.

Badan Pusat Statistik (BPS) mengatakan hingga di akhir kuartal I pada tahun 2020 perekonomian global akan memasuki resesi yang terkoreksi sangat tajam. Pertumbuhan perekonomian di Indonesia pada kuartal I 2020 turun sebesar negatif

2,8%. Sebelum adanya virus *covid-19*, Badan Pusat Statistik (BPS) telah memprediksi pertumbuhan perekonomian di Indonesia akan naik pada persentase sebesar 3%. Itulah sebabnya, seluruh aktivitas ekspor dan impor harus dihentikan, bahkan pembangunan jalan dan gedung juga harus dihentikan.

Pandemi *covid-19* sudah pasti akan berdampak pada perusahaan-perusahaan besar yang ada di Indonesia. Misalnya saja perusahaan yang bergerak pada bidang manufaktur seperti PT. Tiga Laskar Beton yang mengharuskan karyawannya untuk bekerja dirumah sementara waktu sampai keluarnya aturan pemerintah untuk mengizinkan beraktivitas seperti biasa. Sebelum adanya *covid-19* PT. Tiga Laskar Beton selalu mengalami peningkatan dalam penjualan tiap tahun. Hampir setiap hari mereka bekerja, agar pelayanan yang telah mereka berikan selama ini tetap terjaga dimata pelanggan. Bahkan ketika permintaan pelanggan begitu banyak, maka perusahaan PT. Tiga Laskar Beton akan memproduksi sampai tuntas.

PT. Tiga Laskar Beton merupakan perusahaan manufaktur yang mengkhususkan pada bidang *Ready Mix Concrete (RMC)* untuk daerah Kota Padang, Pesisir, dan Solok. Hingga saat ini perusahaan tersebut telah mendapatkan kepercayaan untuk mensupply *Ready Mix Concrete (RMC)* ke beberapa proyek seperti Proyek Pembangunan Rumah Sakit UNAND, Pembangunan Kantor Mapolda Sumbar, Proyek Perluasan Jalan Padang Bypass, serta proyek-proyek peningkatan Jalan Lingkungan di Kota Padang. Untuk memenuhi permintaan konsumen, perusahaan mempunyai *batching plant* yang memiliki kapasitas $25m^3$ /jam, serta didukung oleh 19 armada truk *mixer* dengan kapasitas $2,5m^3$, $5m^3$, dan $7m^3$, serta 3 unit truk *concrete pump*.

Menurut hasil survei yang telah dilakukan di PT. Tiga Laskar Beton, yaitu hasil observasi langsung dan hasil wawancara dengan *Plant Manajer* Bapak Ragil Widodo (2021), PT. Tiga Laskar Beton mengalami penurunan sebesar 50%. Penurunan terjadi akibat pemerintah memberlakukan PSBB (pembatasan sosial berskala besar). Misalnya saja, dalam pembuatan gedung, pemerintah hanya memberikan izin kepada PT. Tiga Laskar Beton untuk mengerjakan pembuatan gedung. Pembuatan gedung tersebut hanya sampai tahap pembuatan struktur dari gedung, lalu sisa dari pembuatan gedung tersebut akan dilanjutkan ketika pemerintah memberikan izin untuk melakukan produksi. Melihat penurunan penjualan pada PT. Tiga Laskar Beton, Bapak Ragil Widodo akan terus berupaya untuk mempertahankan dan menciptakan merek dari produk barang yang akan dijual perbelikan.

Untuk dapat meningkatkan volume penjualan dalam kondisi seperti saat sekarang ini, maka PT. Tiga Laskar Beton harus menerapkan strategi penjualan yang meliputi produk, distribusi, promosi, dan harga. Proses penjualan yang sangat efektif perlu diperhatikan dimana kedua belah pihak khususnya mengetahui langkah apa saja yang akan dilakukan untuk proses penjualan demi meningkatkan peluang keberhasilan dalam menjual. Terpenting proses penjualan yang baik dapat mengukur tingkat kemajuan program penjualannya pada setiap peluang yang ada sehingga kelemahan di tingkat perorangan ataupun kelompok dapat didiagnosis serta dapat diperbaiki.

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan pasar untuk diperhatikan, diminta, digunakan, atau dikonsumsi dan dapat memenuhi keinginan ataupun kebutuhan. Strategi produk adalah faktor yang paling dapat mempengaruhi strategi pemasaran

lainnya. Keputusan tentang produk ini termasuk pengiriman fisik, branding, dan layanan purna jual. Perencanaan dan pengembangan produk merupakan kebutuhan yang perlu terus dikembangkan. Perusahaan yang lambat memahami produknya dan beradaptasi dengan kebutuhan pasar akan menghadapi banyak hambatan dalam pemasaran.

Harga adalah jumlah yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan produk. Harga tidak hanya menjadi faktor bagi perusahaan untuk mengembalikan modal dan menghasilkan laba yang diharapkan, tetapi juga merupakan variabel sensitif yang mempengaruhi penjualan. Dengan harga tersebut, maka dapat menentukan pemimpin pasar dalam kelangsungan hidup perusahaan serta menentukan kualitas produk.

Place atau lokasi dalam konteks ini mengacu pada ketersediaan dan penyebaran produk. Seperti kata pepatah, lokasi menentukan kinerja, komponen lokasi juga sangat penting. Dengan berkembangnya teknologi, akses konsumen terhadap barang tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu (Kotler dan Armstrong, 2018). Setelah produk diproduksi dan siap untuk dijual, langkah selanjutnya dalam proses pemasaran adalah menentukan bagaimana produk akan dipasarkan. Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan produsen untuk mendistribusikan barang ke konsumen.

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk memberikan informasi dan membujuk pasar untuk suatu produk (barang atau jasa). Strategi komunikasi produk perusahaan adalah strategi bauran promosi (*promotion mix*), yang terdiri dari empat komponen utama: periklanan (*advertising*), promosi

penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*), dan penjualan individu (*individual sales*)

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengangkat topik dengan judul **“Strategi Penjualan Pada PT. Tiga Laskar Beton Selama Masa Pandemi Covid-19”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan deskripsi latar belakang masalah, maka penulis mendapatkan hasil rumusan masalah yaitu :

“Bagaimana strategi penjualan yang akan dilakukan pada PT. Tiga Laskar Beton Selama Masa Pandemi Covid-19?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan pertanyaan sebelumnya, maka tujuan dari magang ini yaitu untuk mengetahui dan mempelajari "Strategi Penjualan Pada PT. Tiga Laskar Beton Selama Masa Pandemi Covid-19"

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat magang terdiri dari dua manfaat yaitu manfaat teoritis dan praktis sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Dengan kata lain, mendapatkan pengalaman langsung di tempat kerja, memberikan mahasiswa kesempatan untuk beradaptasi serta berkomunikasi di lingkungan kerja, dan memberikan mereka wawasan tentang tempat kerja setelah lulus dari perguruan tinggi.

2. Manfaat Praktis

Dengan kata lain, mahasiswa dapat berkontribusi pada perusahaan dengan mengembangkan sumber daya manusia yang unggul dengan memberikan keterampilan khusus agar dapat bersaing, tidak hanya di perusahaan tetapi juga di dunia nyata serta untuk membangun dan meningkatkan hubungan antara universitas dan perusahaan baik dalam bekerja maupun berpikir.

1.5 Metode Penelitian

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode observasi lapangan selama 40 hari kerja di PT. Tiga Laskar Beton. Dalam hal ini, penulis mengamati secara langsung didalam perusahaan tersebut guna untuk mendapatkan data yang akurat dengan keadaan yang sesungguhnya, serta melakukan wawancara dengan pihak perusahaan yang bersangkutan.

1.6 Tempat dan Waktu Magang

Magang akan dilakukan dilakukan pada perusahaan PT. Tiga Laskar Beton yang beralamat di Jl. Raya Indarung KM. 10 Kel. Bandar Buat, Sumatera Barat - 25231. Magang tersebut dilakukan dengan waktu pelaksanaan magang selama 40 hari kerja.

1.7 Ruang Lingkup Pembahasan

Pada proposal magang ini akan berfokus pada bagian penjualan produk, harga, dan pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan saat Pandemi Covid-19. Pemasaran dimasa Pandemi yang tidak begitu efektif akan diperhatikan dan dipelajari sesuai prosedur yang telah diterapkan oleh perusahaan tersebut untuk tetap melakukan

penjualan. Penulis akan mencoba mengembangkannya secara efektif pada pembahasan.

1.8 Sistem Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup pembahasan, tempat dan waktu magang, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Berisikan tentang landasan teori pendukung yang berkaitan dengan teori inti berdasarkan judul yang akan dibahas oleh penulis pada penelitian tersebut.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Berisikan tentang tempat magang. Pada awal bab ini menjelaskan tentang sejarah perusahaan PT. Tiga Laskar Beton, ruang lingkup perusahaan, lokasi perusahaan, visi dan misi dari perusahaan, logo perusahaan, produk yang ada di perusahaan tersebut, struktur dari perusahaan, dan rincian tugas dari jabatan masing-masing karyawan PT. Tiga Laskar Beton

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menguraikan tentang strategi penjualan yang akan dilakukan oleh PT. Tiga Laskar Beton selama masa Pandemi Covid-19. uraian tersebut harus sesuai dengan fakta yang terjadi dilapangan. Pada bab ini akan menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian.

BAB V PENUTUP

Dalam bab penutup ini berisi tentang kesimpulan serta saran dari kegiatan magang yang telah dilaksanakan.

