

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### I.1. Latar Belakang Masalah

Saat ini organisasi dan perusahaan bisnis menghadapi persaingan global, dimana lingkungan persaingan berubah dengan cepat, persaingan menjadi sangat ketat, dan perkembangannya sulit diramalkan lagi. Informasi dapat tersebar dengan sangat cepat, pengetahuan dan teknologi berkembang dengan cepat, diikuti adanya pilihan produk-produk barang dan jasa yang berkembang dengan pesat, dan akhirnya konsumenpun memiliki banyak pilihan produk secara global. Jika tidak mampu bertahan, maka perusahaan dapat keluar dari persaingan bisnis tersebut, tersingkir oleh perusahaan lain yang lebih mampu bertahan.

Untuk dapat bertahan dengan kondisi tersebut, perusahaan harus dapat menunjukkan keunggulan dirinya diantara pilihan-pilihan lainnya. Perusahaan sebagai pelaku bisnis harus memiliki pengetahuan tentang lingkungan, *Competitor* (pesaing), konsumen, serta kekuatan dan kelemahan diri sendiri. Dibutuhkan adanya penguasaan teknik dan strategi dalam melakukan pendekatan pasar, dalam mengelola hal-hal tersebut, untuk dapat “menjual” produk dan jasanya masing-masing,serta melakukan perubahan dan pengembangan sikap, untuk dapat memperoleh hasil yang optimal sesuai dengan apa yang telah direncanakan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Segala hal yang berhubungan dengan usaha dalam memaksimalkan keunggulannya dalam menjual barang atau jasa tersebut disebut dengan *Salesmanship*.

Dalam pendekatan *Salesmanship*, setiap perusahaan harus memahami, menguasai, dan melaksanakan kegiatan pemasaran dalam mencapai target penjualan perusahaan. Target penjualan disini dapat berupa barang ataupun jasa, sebagai produk dari masing-masing perusahaan. Dalam pendekatan tersebut, *customer* disebut sebagai target kegiatan pemasaran, untuk membeli produk dari kegiatan perusahaan.

*Salesmanship* atau keahlian menjual yang handal memegang peranan yang penting dalam membantu perusahaan menerapkan strategi pemasaran yang berorientasi pada pembeli sasaran. Hal itu disebabkan karena mereka ujung tombak upaya perusahaan mendekati pembeli sasaran dan mendekatkan produk kepada mereka.

Dunia usaha saat ini menghadapi lingkungan persaingan yang kompleks dan bergejolak. Dalam lingkungan seperti ini pelanggan atau konsumen sangat menuntut (*demanding*), yaitu menuntut untuk memperoleh tingkat kualitas produk atau jasa yang tinggi dengan biaya yang relatif rendah. Untuk dapat bertahan dilingkungan yang bergejolak ini, sudah saatnya perusahaan untuk senantiasa memahami perilaku konsumennya. Perusahaan yang dapat melakukan identifikasi dan memahami perilaku dari pelanggan atau konsumennya terutama pertimbangan konsumen dalam

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melakukan keputusan pembelian, maka akan memberikan kontribusi pada kinerja perusahaan.

Konsumen adalah faktor utama bagi eksistensi suatu perusahaan.

Oleh sebab itu orientasi pada konsumen merupakan syarat mutlak yang harus dipegang oleh perusahaan. Perusahaan yang dapat meyakinkan konsumennya akan dapat mencapai tujuan. Perhatian perusahaan terhadap perilaku konsumen merupakan keharusan yang tidak boleh diabaikan bila perusahaan ingin berhasil dan tidak ingin ditinggalkan oleh konsumennya.

Sebagai seorang manusia, konsumen memiliki sikap dan kepuasan tersendiri terhadap produk yang dibeli. Konsumen selalu berkeinginan apa yang akan dibeli dapat memenuhi kebutuhannya, terlebih lagi produk tersebut melebihi apa yang diinginkannya. Jika keinginan tersebut tidak dapat dipenuhi dengan mudah, maka konsumen akan mencari substitusi dari apa yang dibutuhkan. Dengan mengetahui perilaku konsumen terutama pada proses keputusan pembelian akan sangat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi pasarnya sehingga segmen pasar akan lebih jelas nyata dan efektif. Mempelajari perilaku konsumen akan dapat mengetahui bagaimana konsumen melakukan proses pembelian, bagaimana suatu proses keputusan pembelian terjadi pada konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi proses pembelian tersebut.

Perusahaan yang melakukan pemasaran produknya dengan menggunakan tenaga penjual (*salesmanship*). Maka asset yang menjadi kunci keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan dan sasarannya

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

adalah kinerja tenaga penjual (*salesmanship*) tersebut. Apabila kinerja *salesmanship* tersebut rendah, maka target yang telah ditentukan oleh perusahaan tersebut akan sangat sulit dicapai. Dan sebaliknya kinerja dari *salesmanship* yang dimiliki oleh perusahaan tersebut baik dan mencapai kesempurnaan, maka tidak mustahil target dan sasaran yang telah ditetapkan oleh perusahaan tersebut akan tercapai.

Millennium Danatama Group merupakan sebuah group yang telah terkenal dengan aktivitas di berbagai bidang, seperti jasa keuangan, perumahan, perbankan, distributor, dan perdagangan. Suatu keuntungan yang besar telah memiliki jaringan SDM yang kuat dan berpengalaman.

PT. Millennium Penata Futures merupakan salah satu perusahaan dari Millennium Danatama Group yang didirikan pada tahun 2000. Berbasis di Jakarta dan telah memiliki cabang yang tersebar di seluruh Indonesia, salah satunya PT. Millennium Penata Future Cabang Bandung.

PT. Millennium Penata Futures merupakan perusahaan Pialang Anggota Bursa Berjangka Jakarta (BBJ) dan Kliring Berjangka Indonesia (KBI) yang berada di bawah Badan Pengawasan Perdagangan Berjangka Komoditi (BAPPEBTI). PT. Millennium Penata Futures adalah salah satu institusi yang statusnya diakui oleh pemerintah Indonesia, sesuai dengan UU No. 32/1997, tentang Perdagangan Komoditi.

PT Millennium Penata Futures adalah salah satu lembaga keuangan pertama untuk mengembangkan sebuah *platform online trading* kelas dunia kepada *investor* umum dengan alat dan akses market yg sama seperti

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

profesional. PT Millennium Penata Futures merupakan Pialang Berjangka yang memiliki sarana edukasi dengan pelayanan terbaik, dimana kepentingan nasabah adalah prioritas utama. Selama lebih dari satu dekade MPF telah berkembang menjadi sebuah perusahaan pialang terkemuka asal Indonesia dengan ijin dan regulasi lengkap.

**Tabel I.1: Target dan Realisasi Penjualann pada PT. Millenium Penata Futures Pekanbaru Tahun 2011 - 2016**

No.	Tahun	Target Penjualan	Realisasi	Persentase
1.	2011	120	105	93,18%
2.	2012	140	143	101,%
3.	2013	145	108	44,08%
4.	2014	156	112	82,81%
5.	2015	187	106	71,77%
6.	2016	190	106	71,87%

Sumber : PT. Millenium Penata Futures Pekanbaru (Data Olahan 2017).

Dari tabel diatas dapat dilihat Target dan Realisasi penjualan PT. Millenium Penata Futures Pekanbaru adalah : Tahun 2011 dengan target 120 unit dan realisasi yang dicapai sebanyak 105 unit dengan persen 93,18%, tahun 2012 dengan target 140 unit dan realisasi yang dicapai sebanyak 143 unit dengan persen 101%, tahun 2013 mengalami penurunan dengan target 145 unit dan realisasi yang dicapai sebanyak 108 unit dengan persen 44,08%, tahun 2014, target sebanyak 156 unit dan realisasi yang dicapai sebanyak 112 unit dengan persen 82,81%, dan tahun 2015 target 187 unit dan realisasi yang dicapai sebanyak 106 unit dengan persen 71,77%. dan tahun 201 target 190 unit dan realisasi yang dicapai sebanyak 106 unit dengan persen 71,77%.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Disini penulis bukan hanya akan menerangkan mengenai PT.Millenium Penata Futures,tetapi penulis akan membahas mengenai **Pengaruh *Salesmanship* terhadap penjualan di PT. Millenium Penata Futures Pekanbaru.**

## I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah penelitian ini yaitu :

1. Apakah produk *knowledge* berpengaruh terhadap penjualan di PT. Millenium Penata Futures Pekanbaru.
2. Apakah komunikasi berpengaruh terhadap penjualan di PT. Millenium Penata Futures Pekanbaru.
3. Apakah negosiasi berpengaruh terhadap penjualan di PT. Millenium Penata Futures Pekanbaru.
4. Apakah motivasi berpengaruh terhadap penjualan di PT. Millenium Penata Futures Pekanbaru.
5. Apakah Penampilan berpengaruh terhadap penjualan di PT. Millenium Penata Futures Pekanbaru.

## I.3. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu :

1. Untuk mengetahui apakah produk *knowledge* berpengaruh terhadap penjualan di PT. Millenium Penata Futures Pekanbaru.

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Untuk mengetahui apakah komunikasi berpengaruh terhadap penjualan di PT. Millenium Penata Futures Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui apakah negosiasi berpengaruh terhadap penjualan di PT. Millenium Penata Futures Pekanbaru.
4. Untuk mengetahui apakah motivasi berpengaruh terhadap penjualan di PT. Millenium Penata Futures Pekanbaru.
5. Untuk mengetahui apakah penampilan berpengaruh terhadap penjualan di PT. Millenium Penata Futures Pekanbaru.

#### **I.4. Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian diharapkan bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait dengan permasalahan yang diangkat. Sehingga hasil dari sebuah penelitian bisa digunakan sebagai salah satu pertimbangan untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam salesmanship dari penulisan ini adalah:

a. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi perusahaan untuk memberikan saran pada perusahaan dalam mengevaluasi kegiatan pemasaran yang telah dilakukan dan sebagai input atau masukan bagi perusahaan sehubungan dengan kebijakan-kebijakan yang akan diambil dalam bidang promosi dan volume penjualan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Bagi Pembaca

Di harapkan dapat menambah pengetahuan dibidang pemasaran dan sebagai pembanding serta informasi bagi peneliti lain dibidang yang sama.

## I.5. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan skripsi, maka penulis membagi kedalam beberapa sub bab menjadi pokok pembahasan sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

### **BAB II : TELAAH PUSTAKA**

Pada bab ini akan diuraikan tentang teori-teori yang mendukung penulisan dan pada akhir bab ini diuraikan juga hipotesis dan variabel-variabel penelitian.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini merupakan bab yang menjelaskan tentang waktu dan lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel teknik pengumpulan data, serta analisis data.

### **BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Bab ini menguraikan sejarah singkat perusahaan, struktur perusahaan dan aktivitas perusahaan.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **BAB V : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

Dalam bab ini penulis akan membahas dan menguraikan mengenai hasil dari penelitian pengaruh *salesmanship* terhadap penjualan di PT.millenium penata futures pekanbaru.

## **BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan bab penutup yang berisikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian, serta saran-saran yang diperlukan.