

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sulitnya untuk mengembangkan usaha, bahkan untuk mempertahankan kondisi perekonomian di Indonesia yang semakin merosot. kondisi seperti ini mengakibatkan sulitnya untuk suatu perusahaan mengembangkan usahanya. Demikian juga yang dirasakan oleh PT. Federal Internasional Finance Bangkinang Riau di bidang penjualan kendaraan. Berdasarkan yang saya lihat kondisi ekonomi pada saat ini suatu perusahaan harus meningkatkan kondisi operasional dengan pengendalian yang lebih baik dari yang sebelumnya.

Penjualan merupakan suatu proses promosi untuk memperkenalkan produk yang akan di perjualkan kepada masyarakat, promosi penjualan menghasilkan tanggapan penjualan yang lebih cepat dan lebih terukur. Tujuan promosi penjualan diturunkan dari tujuan promosi yang lebih luas, yang diturunkan dari tujuan pemasaran yang lebih mendasar yang dikembangkan untuk produk tersebut. Penjualan adalah urat nadi setiap organisasi. Namun, keahlian bisnis bisnis yang paling penting ini sudah menjadi terlalu rumit bagi semua orang, baik itu para sales, perusahaan dan yang penting bagi pelanggan.

Penjual dan pembeli memiliki kepentingan berbeda namun saling membutuhkan. Seperti telah disebutkan, misalnya dari segi harga, penjual ingin menjual dengan harga yang tinggi supaya keuntungan besar. Sebaliknya, pembeli ingin membeli dengan harga rendah supaya menghemat uang. Membeli adalah

kegiatan manusia yang dilakukan hampir setiap hari guna memenuhi kebutuhan hidup. Bahkan, begitu manusia dilahirkan, kegiatan membeli sudah terjadi. Dari lahir sampai hari ini, kita tidak pernah berhenti dari kegiatan membeli. Tidak terhitung berapa banyak kegiatan pembelian yang sudah kita lakukan. Tidak terhitung berapa banyak kegiatan penjual yang kita temui.

Penjualan lebih sering dianggap sebagai pertemuan komersial. Para tenaga penjual bertekad untuk menang dalam segala cara dan berusaha memperoleh apa yang ingin dicapai tanpa mempedulikan perasaan orang lain. Taktik agresif pun dilakukan besar-besaran sehingga undang-undang diberlakukan pada sektor-sektor tertentu untuk melindungi public dari pemaksaan.

Beberapa faktor memberikan kontribusi pada pertumbuhan pesat promosi penjualan, terutama dalam pasar konsumen. Faktor-faktor internal sebagai berikut: Promosi sekarang lebih diterima oleh manajemen puncak sebagai alat penjualan yang efektif, sedangkan faktor eksternal yaitu mencangkup sebagai penjualan berikut: jumlah merek yang bertambah, pesaing sering menggunakan promos, banyak merek yang terlihat sama, perdagangan lebih banyak menuntut tawar-menawar yang di haruskan produsen, dan efisien iklan telah berkurang karena meningkatnya biaya, kekacauan media, dan hambatan hukum.

Promosi penjualan mendorong konsumen untuk mencoba produk baru bukannya beralih dari produk yang biasa mereka gunakan sekarang, format eceran yang lebih bervariasi, seperti toko berharga murah setiap hari dan ada pula tokoh harga promosi. Promosi penjualan berjalan dengan baik bila menarik pelanggan pesaing untuk mencoba suatu produk yang unggul dan sebagai hasilnya pelanggan

itu beralih secara permanen. Jika produk perusahaan tidak unggul, pangsa pasar cenderung turun ke level sebelum promosi. promosi penjualan hanya mengubah pola waktu permintaan, bukan permintaan total.

Perusahaan PT. Federal Internasional Finance juga memberikan kemudahan pada para konsumennya, perusahaan ini selain dengan penjualan secara tunai perusahaan PT. Federal Internasional Finance ini juga melakukan penjualan secara kredit. Terbukti dengan tingkat penjualan produk di PT. Federal Internasional Finance dari bulan kebulan mencapai 80% tingkat penjualan ini juga di pengaruhi oleh pendapatan masyarakat pada suatu tempat. Berikut ini adalah data penjualan 5 tahun terakhir dari PT. Federal Internasional Finance cabang bangkinang riau.

Tabel 1 : Data Pembiayaan kredit dari tahun 2009 s/d 2013 di PT. Federal Internasional Finance cabang bangkinang riau.

NO	TAHUN	TARGET (UNIT)	REALISASI (UNIT)	PERSENTASE (%)
1	2009	1100	1119	101%
2	2010	1150	1005	87%
3	2011	1185	1064	89%
4	2012	1000	985	98%
5	2013	1050	1057	100%

Sumber : PT. Federal Internasional Finance cabang Bangkinang Riau.

Berdasarkan data penjualan diatas dapat dilihat naik turunnya penjualan tiap tahun pada leasig motor di PT.Federal Internasional Finance (FIF) Cabang Bangkinang Riau. Pada tahun 2009 realisasi penjualan mencapai 101%, pada

tahun 2010 realisasi penjualan terjadi penurunan sebesar 87% dan pada tahun 2011 terjadi kenaikan sebesar 89%, pada tahun 2012 realisasi penjualan mengalami kenaikan sebesar 98% dari target yang ditetapkan dan selanjutnya pada tahun 2013 terjadi kenaikan lagi dalam pencapaian target penjualan, dimana target penjualannya sebesar 1050 unit dan realisasinya 1057 unit atau sebesar 100%.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji penelitian ini dengan judul **“SISTEM DAN PROSES PENJUALAN PADA LEASING MOTOR DI PT. FEDERAL INTERNASIONAL FINANCE (FIF) CABANG BANGKINANG RIAU”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis dapat merangkum suatu rumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimanakah sistem dan proses penjualan pada leasing motor di PT. Federal Internasional Finance (FIF) Cabang Bangkinang Riau?”

1.3 Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Bertujuan untuk mengetahui sistem dan proses penjualan pada leasing motor di PT. Federal Internasional Finance (FIF) cabang bangkinang riau.

2. Manfaat

- a. Untuk menambah pengetahuan penulis tentang Sistem dan Proses Pembiayaan Lising Motor pada PT. Federal Internasional Finance, untuk

menambah pengalaman dan wawasan bagi penulis, dan penerapan teoro-teori yang penulis dapat di bangku perkuliahan.

- b. Dapat dijadikan bahan acuan referensi bagi peneliti selanjutnya.
- c. Bagi perusahaan bisa meningkatkan penjualan pada perusahaan itu sendiri dan para karyawan bias lebih giat dalam mengikuti perkembangan teknologi yang sangat maju sekarang.

1.4 Lokasi dan Waktu

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Peneliti melakukan studi riset untuk penelitian ini adalah di PT. Federal Internasional Finance (FIF) Cabang Bangkinang Riau pada Februari 2014 sampai September 2014.

2. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

- a) Data Primer yaitu data yang diperoleh dari penlitia, seperti struktur organisasi, sejarah singkat perusahaan, data penjualan dan lain-lain.
- b) Data Skunder yaitu data yang diperoleh melalui sumber-sumber yang berhubungan dengan perusahaan dan buku-buku penunjang lainnya.

b. Sumber Data

- a) Observasi (Pengamatan)

Pengamatan adalah alat pengumpulan data sipenulis dengan cara langsung yang diamati secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki penulis.

b) Interview (Wawancara)

Wawancara adalah cara pengumpulan data dengan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang ada hubungannya dengan laporan ini.

1.5. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan laporan ini penulis membaginya dalam beberapa bab, dan masing-masing bab dibagi menjadi sub bab dengan uraian sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang perumusan masalah, tujuan dan manfaat penulisan laporan, metode penulisan laporan, dan juga sistematika penulisan laporan

BAB 11 : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menjelaskan sejarah perusahaan PT. Federal internasional Finance Bangkinang Riau, Struktur organisasi dan aktifitas perusahaan.

BAB 111 : TINJAUAN TEORI DAN PRAKTEK

Bab ini menjelaskan tentang pengertian penjualan, pengertian produk, Langkah-langkah dalam proses penjualan, Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan, Tujuan dan fungsi manajemen penjualan, strategi manajemen penjualan, serta penjualan dalam pandangan islam.

BAB 1V : PENUTUP

Bab ini penulis akan menjadikan dua sub bab yaitu kesimpulan dan saran