

Hak Cipta Dilindungi 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.

TUGAS AKHIR
“PENERAPAN PROGRAM PENJUALAN DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN MOBIL
PADA CV. KAIYA MOBILINDO”

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Tugas Akademik dan
Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi D3 Manajemen Perusahaan
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri
Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

OLEH :

BRAMA GOLFINDA NANDES

NIM : 01870213847

PROGRAM DIPLOMA III MANAJEMEN PERUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2021

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.

LEMBAR PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

Nama : BRAMA GOLFINDA NANDES

NIM : 01870213847

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jurusan : D3 Manajemen Perusahaan

Judul : **PENERAPAN PROGRAM PENJUALAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN MOBIL PADA CV KAIYA MOBILINDO**

Setelah kami teliti memberikan bimbingan sebagaimana mestinya, maka kami berpendapat bahwa laporan ini sudah dapat :

DI SETUJUI OLEH

PEMBIMBING

*Acc. Kijianu
14/4/21*


Muhammad Rachmadi, SE. MM
NIK. 130 717 111

MENGETAHUI

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial


Dr. Drs. H. Muh. Said HM. M. Ag. MM
NIP. 19620512 198903 1 003

Ketua Jurusan
D3 Manajemen Perusahaan


Oomariah Lahamid, SE, M.Si
NIP. 19750704 200710 2 001

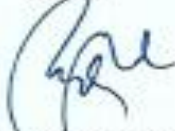
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar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

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nama : Brama Golfinda Nardes
NIM : 01870213847
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jurusan : D3 Manajemen Perusahaan
Judul Tugas Akhir : Penerapan Program Penjualan dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mobil pada CV Kafya Mobilindo
Hari / Tanggal : Senin, 28 Juni 2021

Panitia Penguji

Ketua



Hi. Oomariah Lahamid SE, M. Si
NIP: 19750704 200710 2 001

Anggota

Penguji I



Nurrahmi Hayani, SE., M.BA
NIP. 19830324 201503 2 003

Penguji II



Zulhaida, SE., MM
NIP. 19741204 201411 2 001

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi 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.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setinggi puji sedalam syukur, penulis ucapkan kehadiran Allah SWT hingga pada saat ini penulis masih diberikan nikmat berupa Islam, Iman, kehidupan, kesehatan, motivasi untuk berfikir berkat rahmat dan kasih sayang-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Penerapan Program penjualan dalam meningkatkan volume penjualan mobil di CV Kaiya Mobilindo”**.

Shalawat dan salam senantiasa tercurah seorang revolusioner sejati peradaban manusia, junjungan alam Rasulullah Muhammad SAW yang telah berjuang keras demi tegaknya Izzul Islam Wal Muslimin dijagat raya ini.

Tugas akhir ini merupakan untuk membuktikan kebenaran antara intelektuasi kampus dengan realita kehidupan sesungguhnya yang dihiasi dengan fasilitas kepentingan individu, kelompok keentingan dan dibungkus dengan kamufase sistematis.

Dalam usaha untuk menyelesaikan tugas akhir ini penulis telah banyak diberi bantuan baik berupa waktu, tenaga, kritik, saran dan kerjasama, diskusi dari pihak-pihak yang berkompeten dan berdedikasi demi kesempurnaan penulisan sebuah karya ilmiah yang dimuat dalam sebuah skripsi. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berpartisipasi kepada penulis terutama kepada :

Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Nadwar, Ibunda Deswilen yang telah berjuang membesarkan penulis tanpa lelah dengan segala kasih sayang, cinta, nasehat dan pengorbanan yang tak mungkin penulis sanggup balas. Serta seluruh keluarga besar yang selalu mendoakan khususnya kakak Dilla Ricie Nandes dan abang Yogie Arya Nandes yang telah memberikan motivasi dan masukan.

Bapak Dr. Drs. H. Muh. Said HM, M.Ag, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Syarif Kasim beserta pembantu Dekan I, II, III, yang telah memberikan rekomendasi peneliti untuk dapat melakukan penelitian ini.

3. Ibu Dr. Lenny Novianti, M.S., SE, M.Si., AK selaku wakil dekan 1 fakultas ekonomi dan ilmu sosial.

4. Ibu Qomariah Lahamid, SE., M.Si Selaku ketua jurusan DIII Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim

5. Ibu Abdiana Ilosa, S.AP., MPA selaku sekretaris jurusan DIII Manajemen Perusahaan Universitas Islam Negeri Syarif Kasim .

6. Bapak Muhammad rachmadi, SE, MM selaku Dosen pembimbing yang selalu memberikan nasehat, motivasi, serta membantu dalam perbaikan kesalahan-kesalahan dalam penulisan tugas akhir ini Bapak Muhammad rachmadi, SE, MM selaku Dosen pembimbing yang selalu memberikan nasehat, motivasi, serta membantu dalam perbaikan kesalahan-kesalahan dalam penulisan tugas akhir ini

Bapak Fakhrurozi. SE. MM selaku pembimbing akademis yang sangat menginspirasi serta memotivasi saya dalam pembuatan tugas akhir ini, saya ucapkan terimakasih banyak semoga Allah SWT, yang bisa membalas segala kebaikannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- 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.

Hak Cipta Dilindungi 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.

Bapak dan Ibu Dosen serta Pegawai Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim .

Pimpinan dan seluruh Karyawan CV Kaiya Mobilindo atas segala bantuan dan kerjasama yang telah diberikan selama dalam penyelesaian tugas akhir ini

10. Teman-teman lokal "B" D3 Manajemen perusahaan terima kasih atas dukungan, motivasi, dan bantuan atas doanya

Butuh lembar yang lebih luas untuk berjuta nama yang tak tertulis, bukan maksud hati untuk melupakan jasa kalian semua. Akhirnya tiada kata yang pantas penulis ucapkan selain terima kasih yang sedalam-dalamnya, semoga Allah SWT membalasnya dengan balasan yang berlipat ganda, aamiin.

UIN SUSKA RIAU

Pekanbaru, 03 April 2021

Penyusun

BRAMA GOLFINDA NANDES

NIM : 01870213847

Hak Cipta Dilindungi 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.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penulisan.....	8
1.4. Manfaat Penulisan.....	8
1.5. Metode Penelitian	9
1.6. Sistematika Penulisan	12
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
2.1. Sejarah singkat CV Kaiya Mobilindo.....	14
2.2. Visi dan Misi CV Kaiya Mobilindo.....	15
2.3. Stuktur Organisasi CV Kaiya Mobilindo.....	16
2.4. Uraian tugas (Job Description)	17
BAB III TINJAUAN TEORI DAN PRAKTEK	
3.1. TinjauanTeori	
3.1.1. Pengertian Pemasaran	20
3.1.2. Konsep pemasaran	21
3.1.3. Bauran Pemasaran.....	24
3.1.4. Pengertian penjualan.....	31

Hak Cipta Dilindungi 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.

3.1.5. Konsep Penjualan.....	32
3.1.6. Jenis dan bentuk Penjualan	33
3.1.7. Program Penjualan	35
3.1.8. Kriteria kriteria tenaga Penjualan	45
3.1.9. Faktor Faktor yang mempengaruhi Penjualan	47
3.1.10. Volume Penjualan.....	50
3.1.11 Pandangan Islam	52
3.2. Tinjauan Praktek	55
BAB IV PENUTUP	
4.1 Kesimpulan	78
4.2 Saran	79

DAFTAR PUSTAKA

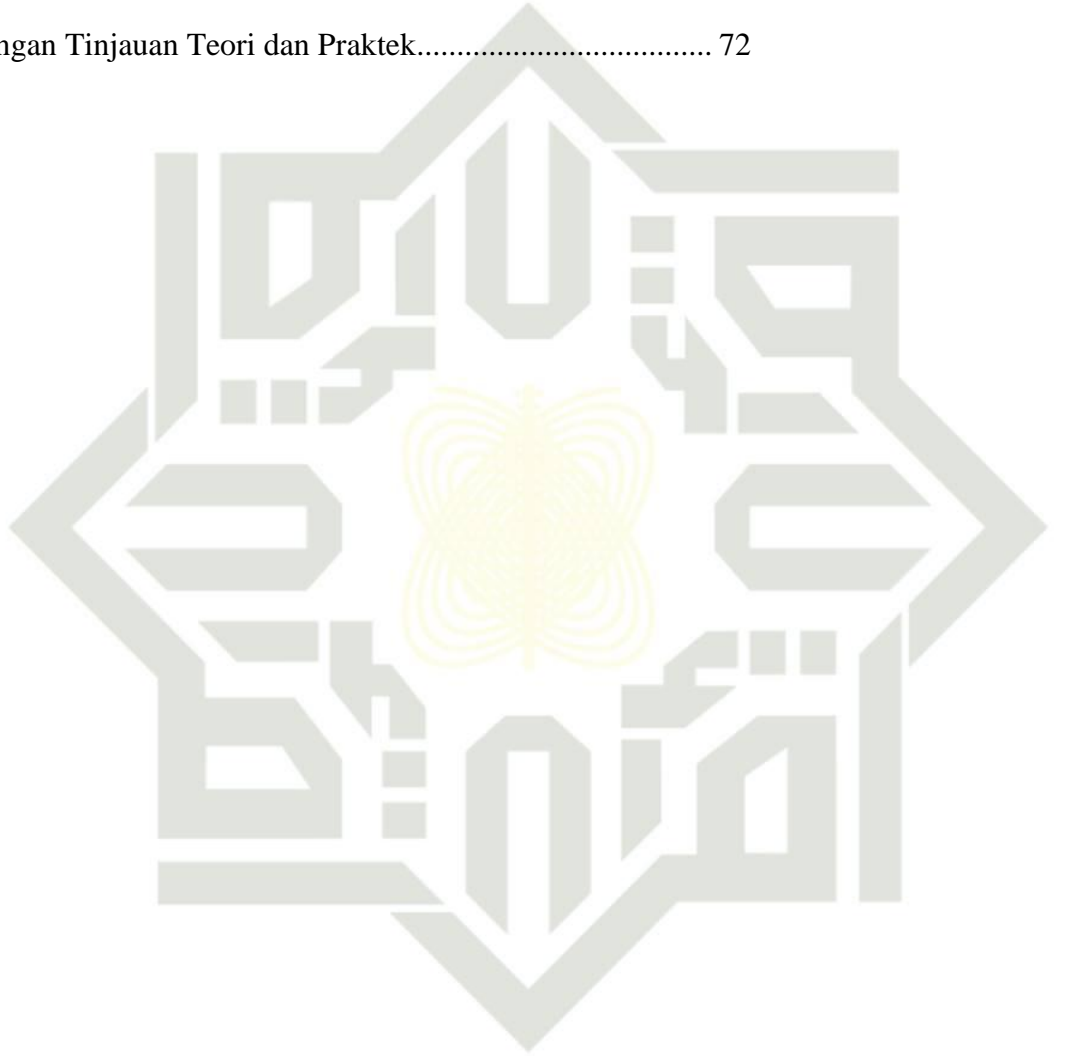
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Data Merek dan Tipe Mobil tahun 2020 – 2021.....	4
Table 1.2 Target dan Realisasi Penjualan Mobil tahun 2018-2020.....	6
Table 3.2 Perbandingan Tinjauan Teori dan Praktek.....	72

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

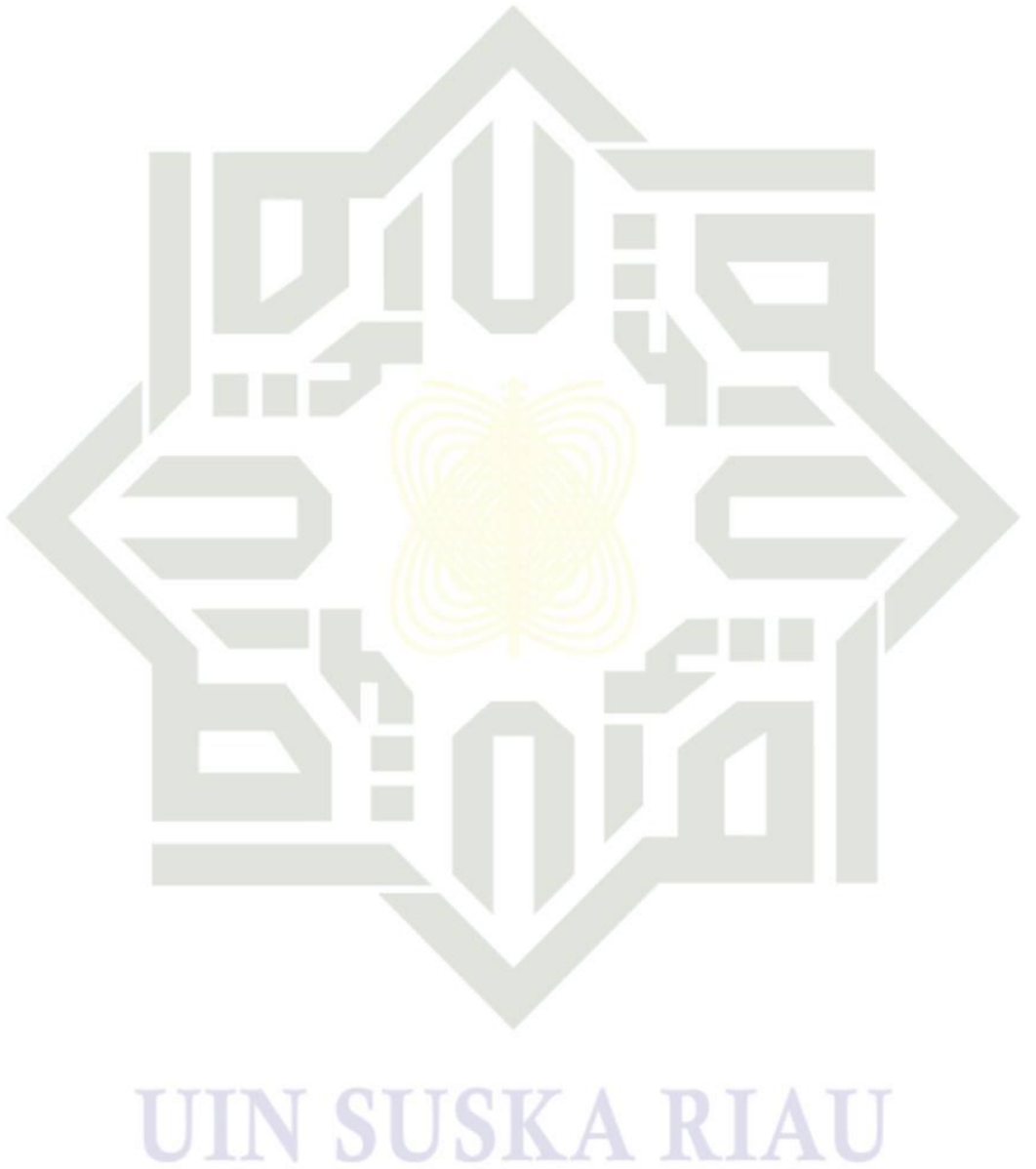
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi CV Kaiya Mobilindo 17



Hak Cipta Dilindungi 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

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini penjualan mobil di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang pesat, terutama di bidang otomotif yang disebabkan oleh sarana jalan yang telah ada maupun jalan-jalan baru yang akan dilaksanakan oleh pemerintah, mengakibatkan meningkatnya mobilitas aktivitas masyarakat dibidang transportasi. Secara langsung hal ini menyebabkan kebutuhanakan alat transportasi meningkat pula.

Alat transportasi sejatinya tidak hanya berfungsi dalam memudahkan kita berpergian saat ini, melainkan juga dapat menghasilkan uang dari jasa transportasi yang digunakan. Contohnya perkembangan gojek dalam jasa layanan antar barang, produk ataupun orang. Oleh karena itu, alat transportasi sangat lah penting untuk di gunakan di era zaman modern in. Untuk memenuhi kebutuhan akan transportasi ini, banyak perusahaan otomotif yang memikirkan kendaraan apa saja yang dibutuhkan oleh orang orang saat ini, sehingga banyak perusahaan otomotif yang bersaing dalam memenangkan pasar otomotif di indonesia yang menyebabkan uncul lah keasi dan inovasi dari perusahaan otomotif tersebut.

Disaat suatu perusahaan otomotif muulai mengembangkan dan memanfaatkan kemajuan teknologi yang pesat ini, muncul ide ide baru yang inovatif dan kreasi kreasi baru dari sesuatu yang telah dihasilkan sebelumnya. Dari ide dan kreasi yang baru inilah akhirnya muncul sesuatu yang benar benar menarik perhatian orang banyak dan benar benar dibutuhkan keberadaannya. Oleh karena itu, perusahaan otomotif dituntut untuk mengerti bagaimana proses pencapaian ide ide baru

- Hak Cipta Dilindungi 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.

tersebut. Hal ini tidaklah mudah, ketika perusahaan telah menemukan ide-ide yang baru beserta kreasinya maka perusahaan harus bisa mengembangkannya dengan sangat baik agar produk ataupun layananannya bisa diterima dan dimanfaatkan oleh masyarakat umum. Karena setiap perusahaan pastinya mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan/laba perusahaan.

Usaha ini hanya dapat dilakukan apabila perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualannya melalui usaha mencari dan membina pelanggan, serta menguasai pasar. Untuk mencapai tujuan tersebut bagian pemasaran perusahaan harus menerapkan program penjualan yang bagus agar dapat memanfaatkan kesempatan atau peluang yang ada dalam meningkatkan penjualan produk kendaraannya karena kebutuhan daya beli transportasi semakin meningkat. Dengan semakin meningkatnya daya beli terhadap mobil transportasi, maka permintaan mobil sarana transportasi ini akan meningkat sehingga perusahaan harus mampu untuk dapat mengambil suatu langkah-langkah kebijaksanaan dalam bidang penjualan

Guna menjamin pengembangan perusahaan, maka dibutuhkanlah program penjualan yang merupakan salah satu aspek yang fundamental untuk diperhatikan dan menjadi kebijakan perusahaan. Kegiatan program penjualan tidak hanya mencakup kemampuan perusahaan dalam memasarkan produk pada saat itu juga, akan tetapi mampu mengantisipasi produk di masa datang, sehingga dapat diperkirakan solusi guna pengembangan perusahaan. Hal tersebut perlu diperhatikan oleh pihak manajemen perusahaan demi kelangsungan perusahaan

CV Kaiya Mobilindo sebagai perusahaan otomotif yang telah berdiri sejak tahun 2018, selalu berusaha untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam

Hak Cipta Dilindungi 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.

perusahaannya, dan menjadi salah satu perusahaan otomotif terkemuka dikota Pekanbaru yang menjual mobil baru dan mobil bekas, dan menjual berbagai merk yaitu Toyota, Suzuki, Honda, Nissan, Daihatsu,Avanza. CV Kaiya Mobilindo beralamat di Jalan Arengka 2 SM Amin Pekanbaru, yang di dukung oleh Clipan Finance bertekad untuk meningkatkan daya saing menghadapi pasar global.

Dibawah ini adalah tabel data merek merek mobil beserta tipenya yang di jual di CV Kaiya Mobilindo

Tabel 1.1 Data Merek dan tipe mobil tahun 2021 yang di jual di CV Kaiya Mobilindo

No.	Merek	Tipe
1.	Daihatsu	Daihatsu New Sigrax 1.2 2020 MT Daihatsu New Sigrax D 1.0 2020 Daihatsu New Sigrax R 1.2 2018 Daihatsu Grand Xenia X 2016 MT
2.	Nissan	Nissan Evalia 2014 MT
3.	Honda	Honda Brio S Facelift 2016 MT
4.	Avanza	Grand Avanza E 2017 MT
5.	Suzuki	Suzuki Karimun GL 2017 MT Suzuki Karimun GL 2018 MT
6.	Toyota	Toyota Calya E 2018 MT Toyota Calya E 2019 MT Toyota Agya G 1.0 MT 2015

Sumber : CV Kaiya Mobilindo

Dari data diatas terlihat bahwa CV Kaiya Mobilindo banyak menjual mobil dari berbagai merek, yang paling banyak di jual adalah merek daihatsu yang memiliki 4 ipe yang berbeda beda. Yang kedua adalah Toyota hanya memiliki 3 tipe

- Hak Cipta Dilindungi 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.

yang berbeda dan disusul suzuki yang memiliki 2 tipe yang berbeda.Selain itu masing masing merek nissan,honda dan avanza hanya memiliki 1 tipe mobil.

Penjualan mobil di CV Kaiya Mobilindo, rata-rata konsumennya lebih banyak membeli mobil bekas dari pada mobil baru. Mobil yang banyak diminati oleh konsumen yaitu mobil bekas seperti mobil Suzuki KariMun, karena harga mobilnya lebih terjangkau dibanding merek lain . Adapun penjualannya bisa cash ataupun kredit sesuai dengan harga mobil yang telah ditetapkan.

Dalam bidang penjualan ada dua bagian yaitu Bagian penjualan (*Sales*) dan Bagian Administrasi Penjualan (*Sales*). Kedua-dua bagian ini saling berhubungan, Bagian (*Sales*) akan menjual kendaraan dibantu dengan bawahannya salesman dan Bagian Administrasi Penjualan (*Sales*) akan memproses surat-surat penjualan yang dilakukan oleh konsumen.Pembagian tugas ini bertujuan untuk menjalankan program penjualan dengan baik demi memaksimalkan profit atau keuntungan yang didapatkan perusahaan. Selain itu masing masing bagian akan berkontribusi besar dalam peningkatan dan penurunan penjualan mobil.

Dengan banyaknya merek mobil yang dijual ini, CV Kaiya Mobilindo harus mampu meningkatkan atau menstabilkan penjualannya setiap tahun agar perusahaan dapat memaksimalkan profit/keuntungannya dan Mengurangi resiko kerugian. Untuk lebih jelasnya mengenai perkembangan penjualan mobil pada CV Kaiya Mobilindo dapat dilihat pada table 1.2

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi 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.

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.

Tabel 1.2 Realisasi Penjualan Mobil secara Tunai dan Kredit pada CV Kaiya Mobilindo pada tahun 2018-2020

No	Tahun	Target (unit)	Realisasi			Persentase (%)
			Tunai (unit)	Kredit (unit)	Total (unit)	
1.	2018	10	2	4	6	60 %
2.	2019	15	3	5	8	53 %
3.	2020	20	5	8	13	65 %

Sumber : CV Kaiya Mobilindo

Tabel 1.2 menunjukkan jumlah penjualan mobil pada CV Kaiya Mobilindo daritahun 2018 hingga 2020. Pada tahun 2018 targetnya sebanyak 10 unit, penjualan tunai 2 unit dan penjualan kredit 4 unit, realisasi sebanyak 6 unit, dan persentase 60%. Pada tahun ini program penjualan yang dilaksanakan adalah dengan memberikan bonus kepada konsumennya seperti hadiah, cendramata, dan aksesories khususnya untuk penjualan mobil/cash. dan bagi penjualan kredit dengan memberikan DP sebesar 25 % dari harga jual mobil.

Pada tahun 2019 targetnya sebanyak 15 unit penjualan tunai 3 unit dan penjualan kredit 5 unit, realisasi sebanyak 8 unit, dan persentase 53%. dan untuk pembayaran dari penjualannya yang dilaksanakan hampir sama dengan tahun sebelumnya tetapi pada penjualan kredit DP yang di berikan hanya 20 % . Selain itu pada tahun ini program promosi penjualan mobil melalui memajang beberapa mobil didepan halaman showroom. Pada tahun 2020 targetnya sebanyak 20 unit, penjualan tunai 5 unit dan penjualan kredit 8 unit, realisasi sebanyak 13 unit, dan persentase 65%. Pada tahun ini program penjualan yang dilaksanakan berbeda dengan tahun tahun sebelumnya terutama adanya program penjualan baru caashback bagi yang melakukan tukar tambah mobil. Adapun casback yang diberikan sebesar 10 % dari

nilai tambah yang ditentukan. Pada tahun ini program penjualan sudah menggunakan media sosial seperti instagram, facebook dan whatsapp. Dari hasil yang diperoleh pada tahun 2019 penjualan mobil menurun dari target yang ditetapkan. Hal ini disebabkan karena kurangnya promo dan program penjualan yang menarik sehingga kurangnya daya tarik konsumen dalam membeli mobil di CV Kaiya Mobilindo.

Mengingat perlu adanya program penjualan, pada suatu perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan dan memperoleh keuntungan yang maksimal dengan persaingan yang sehat. Maka berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian Tugas Akhir dengan mengangkat judul yaitu: **“PENERAPAN PROGRAM PENJUALAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN MOBIL DI CV KAIYA MOBILINDO”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dapat dirumuskan permasalahan:

Bagaimana penerapan program penjualan dalam meningkatkan volume penjualan mobil di CV Kaiya Mobilindo?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai adalah:

Untuk mengetahui penerapan program penjualan dalam meningkatkan volume penjualan mobil di CV Kaiya Mobilindo

Hak Cipta Dilindungi 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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Secara praktis sebagai tambahan wawasan, pengetahuan, pengalaman bagi penulis guna memperoleh ilmu di bidang Program Penjualan. Dan juga untuk memenuhi tugas-tugas dan melengkapi persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Jurusan Diploma III Manajemen Perusahaan

2. Bagi Perusahaan:

Dapat memberikan informasi tentang penerapan program penjualan yang baik sehingga perusahaan dapat menggunakan sebagai alat pertimbangan untuk merumuskan kebijaksanaan untuk masa yang akan datang

3. Bagi Pembaca

Dapat memberikan wawasan dan pengetahuan, disamping ini juga dapat sebagai bahan bacaan dan rujukan bagi pembaca tentang penerapan program penjualan dalam meningkatkan volume penjualan mobil di CV. Kaiya Mobilindo

1.5 Metode penelitian

1. Lokasi dan waktu penelitian

Lokasi yang dipilih untuk melakukan penelitian di CV Kayla Mobilindo yang beralamat di Jalan Arengka 2 SM Amin Pekanbaru. Waktu Penelitian ini dilakukan selama bulan Maret 2021 sampai April 2021.

2. Jenis dan Sumber data

Dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu sumber data primer dan sekunder :

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.

Hak Cipta Dilindungi 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.

a. Data primer

Adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan secara langsung dari objek penelitian yang digunakan dalam pembahasan masalah. Berarti data yang langsung diperoleh peneliti pada saat melakukan penelitian. Oleh karena itu yang menjadi sumber data primer pada penelitian ini adalah staff pemasaran. Karena peneliti dapat menerima atau memperoleh data data yang terkait dengan penelitian. Sumber data primer pada penelitian ini adalah Bapak Rino selaku staff di bagian pemasaran CV Kayla Mobilindo.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara dan dicatat oleh pihak lain. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan . Seperti informasi mengenai sejarah perusahaan, struktur organisasi dan buku-buku penunjang yang mendukung penelitian ini.

3. Metode pengumpulan data

Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah :

a. Wawancara

Wawancara adalah suatu cara mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada sumber informasi. Metode wawancara digunakan untuk mengumpulkan data dari pihak-pihak yang di wawancarai. Wawancara dilakukan dengan staff pemasaran Bapak Rino, tentang penerapan program

Hak Cipta Dilindungi 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.

penjualan dalam meningkatkan penjualan mobil di CV Kaiya Mobilindo.

b. Observasi

Observasi merupakan cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut. Peneliti langsung melakukan peninjauan dan pengamatan secara langsung mengenai penerapan program penjualan yang dilakukan oleh CV Kaiya Mobilindo terutama karyawan marketing dalam kegiatan personal selling dan promosi penjualan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi cara pengambilan dan mendapatkan data atau informasi dari beberapa foto yang diambil di lapangan yang berupa foto wawancara dengan karyawan CV Kaiya Mobilindo, foto tampak depan CV Kaiya Mobilindo, foto social media dan kegiatan personal selling yang diterapkan.

4. Metode Analisis data

Metode yang peneliti gunakan yaitu analisis deskriptif. Analisis deskriptif adalah proses penyusunan data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, buku referensi, dengan cara mengorganisasikan data, menjabarkan, menyusun, ke dalam pola dan membuat kesimpulan agar dapat dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Untuk memahami dan mengolah data yang diperoleh dari hasil

wawancara ataupun observasi peneliti menggunakan metode analisis deskriptif yaitu menggambarkan dan menjelaskan objek penelitian sesuai fakta yang ada dilapangan. Setelah itu data di rangkum, memilih hal hal pokok serta memfokuskan pada hal hal yang penting. Kemudian data di sajikan sehingga memudahkan kerja selanjutnya. Langkah selanjutnya yaitu menarik kesimpulan.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis memberikan gambaran tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data dan sistematika penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini berisikan mengenai gambaran umum perusahaan dari sejarah singkat perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, dan uraian tugas.

BAB III TINJAUAN TEORI DAN PRAKTIK

Pada bab ini menguraikan hasil penelitian dan pembahasan penerapan program penjualan dalam meningkatkan volume penjualan mobil di CV Kaiya Mobilindo

BAB IV PENUTUP

Pada bab ini, penulis menguraikan beberapa kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas berdasarkan data dan teori-teori yang ada, kemudian penulis memberikan beberapa saran yang bermanfaat bagi CV Kaiya Mobilindo.

Hak Cipta Dilindungi 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.

Hak Cipta Dilindungi 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 II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah berdirinya CV Kaiya Mobilindo

Sejarah perusahaan bermula dari menjual berbagai merk mobil yang berdiri pada tahun 2018, kemudian perusahaan ini semakin berkembang maka menjadi Showroom Mobil Kaiya , pada Tahun 2019 hingga sampai sekarang yang bernama CV Kaiya Mobilindo . CV Kaiya Mobilindo menjual mobil baru dan mobil bekas, dan menjual berbagai merk yaitu Toyota, Suzuki, Daihatsu, Honda,Avanza..CV Kaiya Mobilindo yang beralamat di Jalan Arengka 2 SM Amin dekat gerbang stadium utama , yang di dukung oleh Clipan Finance bertekad untuk meningkatkan daya saing menghadapi pasar global.

Dengan susunan pengurusnya Pimpinan Rahmad Supratno, bagian marketing Saiful Ahmad dan Indah Permata, dan Karyawan Office boy M.Rafly. Menunjukkan perkembangan yang pesat dengan prinsip manajemen yang benar dan pada awal tahun 2018 Showroom Kaiya berhasil mengemaskan usaha nya ke jenjang yang lebih tinggi sehingga berbentuk CV Kaiya Mobilindo. Dalam mengembangkan usahanya dengan mendirikan kantor diJalan Arengka 2 SM Amin Pekanbaru.. Pimpinan di CV Kaiya Mobilindo masih di pimpin oleh Bapak Rahmad Supratno.

Dalam bidang penjualan ada dua bagian yaitu Bagian penjualan (*Sales*) dan Bagian Administrasi Penjualan (*Sales*). Kedua-dua bagian ini saling berhubungan, Bagian (*Sales*) akan menjual kendaraan dibantu dengan bawahannya salesman dan Bagian Administrasi Penjualan (*Sales*) akan memproses surat-surat penjualan yang dilakukan oleh konsumen.Pembagian tugas ini bertujuan untuk menjalankan

program penjualan dengan baik demi memaksimalkan profit atau keuntungan yang didapatkan perusahaan. Selain itu masing masing bagian akan berkontribusi besar dalam peningkatan dan penurunan penjualan mobil

Demikian sejarah singkat tentang perkembangan CV Kaiya Mobilindo menunjukkan perkembangan yang cukup berarti dan mudah-mudahan tetap berkembang dan maju untuk masa yang akan datang.

2.2 Visi dan Misi CV Kaiya Mobilindo

1. Visi

Visi CV Kaiya Mobilindo yaitu menjadi perusahaan otomotif yang mampu bersaing kompetitif dan mengedepankan kepercayaan konsumen/pelanggan

2. Misi

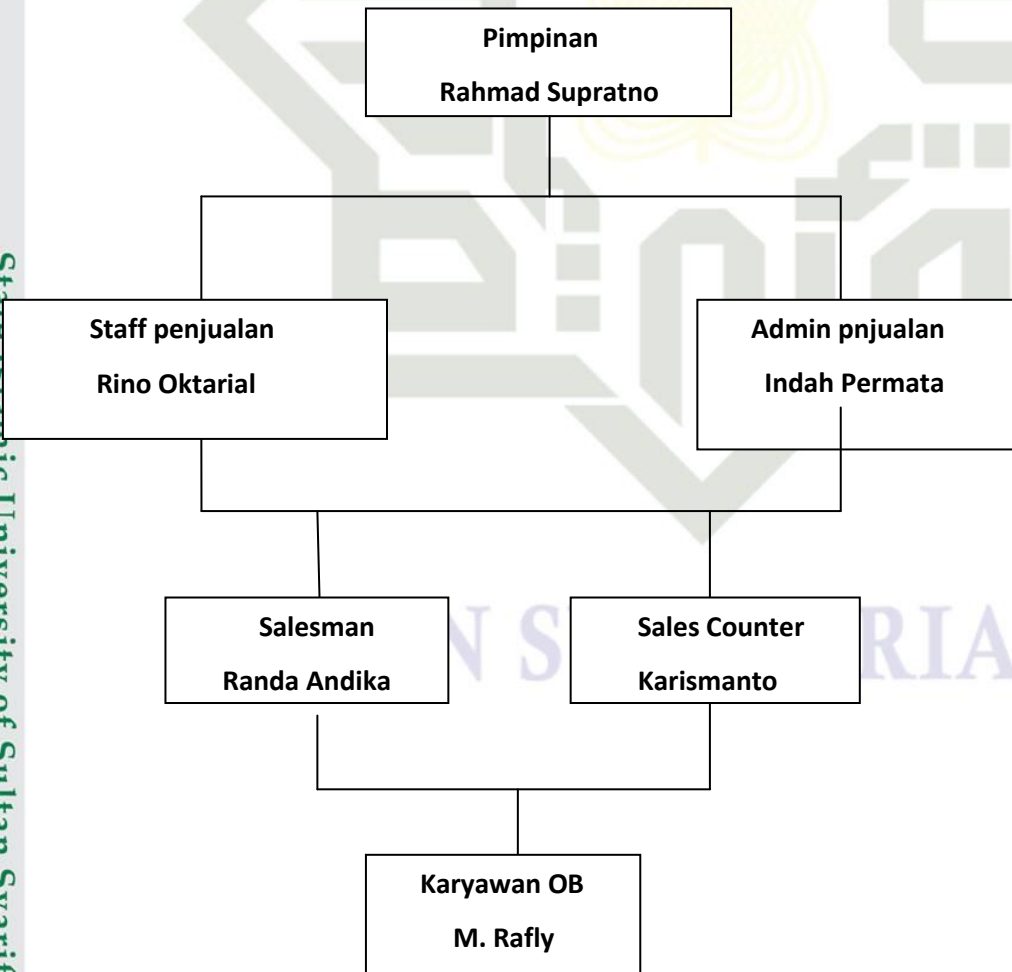
- a. Meningkatkan ketekunan dan tanggung jawab kerja
- b. Meningkatkan kinerja karyawan
- c. Meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan
- d. Menciptakan lingkungan kerja yang kondusif
- e. Membina hubungan kerja sama yang baik dengan perusahaan yang memiliki bidang usaha yang sama aupun berhubungan
- f. Memaksimalkan sumber daya yang dimiliki
- g. Meningkatkan kepercayaan pelanggan

2.3 Struktur Organisasi CV Kaiya Mobilindo

Untuk lebih mengetahui tentang CV Kaiya Mobilindo maka dapat dilakukan dengan memperhatikan struktur organisasi perusahaan ini. Struktur organisasi ini menjelaskan tentang tingkatan manajemen yang akan diuraikan sebagai berikut :

Direktur sekaligus pimpinan dijabat oleh Bapak Rahmad Supratno dan untuk membantu tugas-tugas pimpinan CV Kaiya Mobilindo yaitu bagian penjualan yang dikepalai oleh staff penjualan Bapak Rinoyang dibantu oleh Randa Andika dan Karismanto masing masing sebagai salesman serta sales counter/pelayan dan ,bagian Administrasi Penjualan dipegang oleh Indah Permata . Adapun bentuk bagan struktur organisasi CV Kaiya Mobilindo sebagai berikut :

Gambar 2.1 Stuktur Oraganisasi CV Kaiya Mobilindo



- Hak Cipta Dilindungi 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.

Hak Cipta Dilindungi 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.

2.4 Uraian tugas (job description)

1. Pimpinan

Tugas pimpinan adalah mengawasi pekerjaan semua karyawan dalam bidang penjualan, serta memonitoring keuangan yang masuk dan keluar, menyusun program kerja yang akan dilaksanakan

2. Staff Penjualan

Staff penjualan bertugas mengecek pembayaran konsumen yang melakukan pembayaran kredit dan apabila ada penunggakan maka akan diberikan denda terhadap konsumen dengan kesepatan yang telah disepakati. Selain itu ia juga bertugas untuk memonitoring pekerjaan dari salesman dan sales couter.

3. Administrasi penjualan

Bagian administrasi penjualan bertugas dalam mencatat semua transaksi penjualan baik secara tunai/kas maupun kredit. Untuk penjualan kas ia Mengecek kelengkapan uang muka, asuransi dan biaya administrasi serta data konsumen yang membeli mobil. Untuk penjualan kredit ia mencatat jumlah pembayaran uang muka sekaligus jumlah angsurannya serta jadwal dimulainya angsuran hingga jatuh tempo. Lalu ia juga bertugas menagih piutang terhadap konsumen yang telah menunggak pembayaran kredit

4. Salesman

Dibagian salesman ini dipegang oleh Bapak Randa Andika tugasnya adalah mengoptimalkan jumlah penjualan mobil yang terjual dan memasarkan semua merek mobil baik secara online melalui social media maupun melalui promosi dari mulut ke mulut. Lalu bertugas mencari pelanggan baru dan membina pelanggan lama yang ada diluar perusahaan. Bagian penjualan kendaraan ini juga melakukan penjualannya melalui cara yaitu secara tunai dan kredit.

Hak Cipta Dilindungi 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.

5. Sales couter

Sales couter bertugas untuk Melayani pelanggan yang datang ke counter baik yang membeli atau sekedar bertanya.

6. Office Boy

Bagian office boy bertugas dalam menjaga kebersihan showroom mobil baik di dalam ruangan maupun di halaman depan dan menjaga kebersihan mobil yang akan dijual. Selain itu ia juga bertugas menjaga keamanan mobil mobil yang dipajang diluar ruam



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi 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 IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Dalam mempertahankan keberlangsungan perusahaan agar tetap di kenal oleh orang banyak, maka diperlukan program penjualan yang bagus dan menarik sehingga kegiatan penjualan yang di lakukan perusahaan dengan calon pembeli dapat terus terjadi. Berdasarkan tinjauan teori dan praktek yang penulis lakukan , maka dengan ini penulis memperoleh beberapa kesimpulan, diantaranya :

1. CV Kaiya Mobilindo telah menerapkan program penjualan dengan melalui media sosial seperti Instagram,Whatsapp,Facebook sebagai sarana informasi dan komunikasi dengan calon pembeli mengenai merek merek mobil yang dijual beserta spesikasi dan harganya.
2. CV Kaiya Mobilindo juga melakukan program promosi penjualan dengan memberikan bonus hadiah,jaminan garansi,potongan harga DP Mobil, dan Rabat(Cashback) dalam transaksi tukar tambah serta dengan mengadakan kontes penjualan yang dilakukan oleh salesman dan sales couter untuk meningkatkan volume penjualan mobil.
3. Penjualan melalui program *personal selling* juga diterapkan CV Kaiya Mobilindo yaitu dengan bentuk *retail selling* yang dilakukan sales couter dalam melayani calon pembeli yang datang ke shoowoom dan *broker selling* yaitu bentuk *personal selling* yang dilakukan salesman dan staff penjualan melalui perantara orang ketiga yang berada di dalam maupun di luar daerah Pekanbaru.Adapun media atau fasilitas

Hak Cipta Dilindungi 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.

yang digunakan dalam aktivitas *personal selling* ini yaitu dengan melakukan pameran dagang yang konsepnya memajang beberapa mobil yang dijual di halaman luar Showroom CV Kaiya Mobilindo

4.2 Saran

Berdasarkan hasil tinjauan teori, tinjauan praktek dan kesimpulan maka penulis dapat memberikan saran atau masukan kepada perusahaan untuk dijadikan sebagai pertimbangan bagi perusahaan CV Kaiya Mobilindo dalam menerapkan program penjualan, yaitu sebagai berikut:

1. Promosi penjualan yang diterapkan CV Kaiya Mobilindo harus ditingkatkan lagi dengan menghadirkan promo promo yang menarik dan bersifat loyalitas pelanggan seperti test drive dan memberikan layanan service mobil 6 bulan sekali atau 1 tahun sekali
2. Dalam penjualan hendaknya CV Kaiya Mobilindo meningkatkan program *personal selling* yang dilakukan oleh karyawan salesman dengan turun ke lapangan dalam menjual mobilnya ke tempat tempat umum seperti kantor, sekolah maupun di jalanan.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 275

Assauri, Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Hayani, Nurrahmi. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Pekanbaru: Suska Press.

Malau, Harman. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, Danang. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan pertama. Yogyakarta: Caps.

Tjiptono, Fandy. Dkk. 2011. *Pemasaran Strategik*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi.

Alma, Buchari. 2016. *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Jaiz. 2014. *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Persada.

AbdullahThamrin, Tantri Francis. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan keenam. Depok: Rajagrafindo Pers.

Sudaryono, 2015. *Pengantar Bisnis Teori dan Contoh Kasus*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET

Hamali, Arif Yusuf. 2016. *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Jakarta: Prenadamedia Group

Rangkuti, Feddy. 2013. *Strategi Promosi yang kreatif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Luisyoadi Rambat. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi ke-empat*. Jakarta Selatan: Selemba Empat

Sopiah, Sangadji Etta. Mamang 2016. *Salesmanship Kepenjulaan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara

Marsid, M. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan kesembilan. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Zulkarnain. 2017. *Ilmu Menjual*. Yogyakarta: Expert

Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Rahmasari, Tri Ratna. 2011. *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia

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.

Priansa, Donni. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia

Kotler, Philip. Amstrong, Gary. 2012. *Prinsip-Prinsip Manajemen Edisi ke-Tiga Belas belas*. Jakarta: Erlangga

Lahamid, Q. (2014). ANALISIS PERILAKU WORD OF MOUTH WISATAWAN TAMAN REKREASI KOTA PEKANBARU: TINJAUAN DARI ASPEK SERVICE QUALITY DAN COSTUMER SATISFACTION. JURNAL AL-IQTISHAD, 10(1), 40. <https://doi.org/10.24014/jiq.v10i1.3112>

Lahamid, Q. (2017). ANALISIS PERILAKU WORD OF MOUTH WISATAWAN TAMAN REKREASI KOTA PEKANBARU: TINJAUAN DARI ASPEK SERVICE QUALITY DAN COSTUMER SATISFACTION. JURNAL AL-IQTISHAD, 10(1), 40. <https://doi.org/10.24014/jiq.v10i1.3112>

Hak Cipta Dilindungi 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.

LAMPIRAN

Lampiran I

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA PENELITI DENGAN STAFF PENJUALAN BAPAK RINO

1. Apa bentuk program penjualan yang di terapkan CV Kaiya Mobilindo?
2. Bagaimana program social media marketing yang diterapkan oleh CV Kaiya Mobilindo?
3. Bagaimana program promosi penjualan yang diterapkan CV Kaiya Mobilindo?
4. Apa program penjualan yang paling berperan besar dalam meningkatkan volume penjualan mobil CV Kaiya Mobilindo ?

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA PENELITI DENGAN SALESMAN RANDA ANDIKA

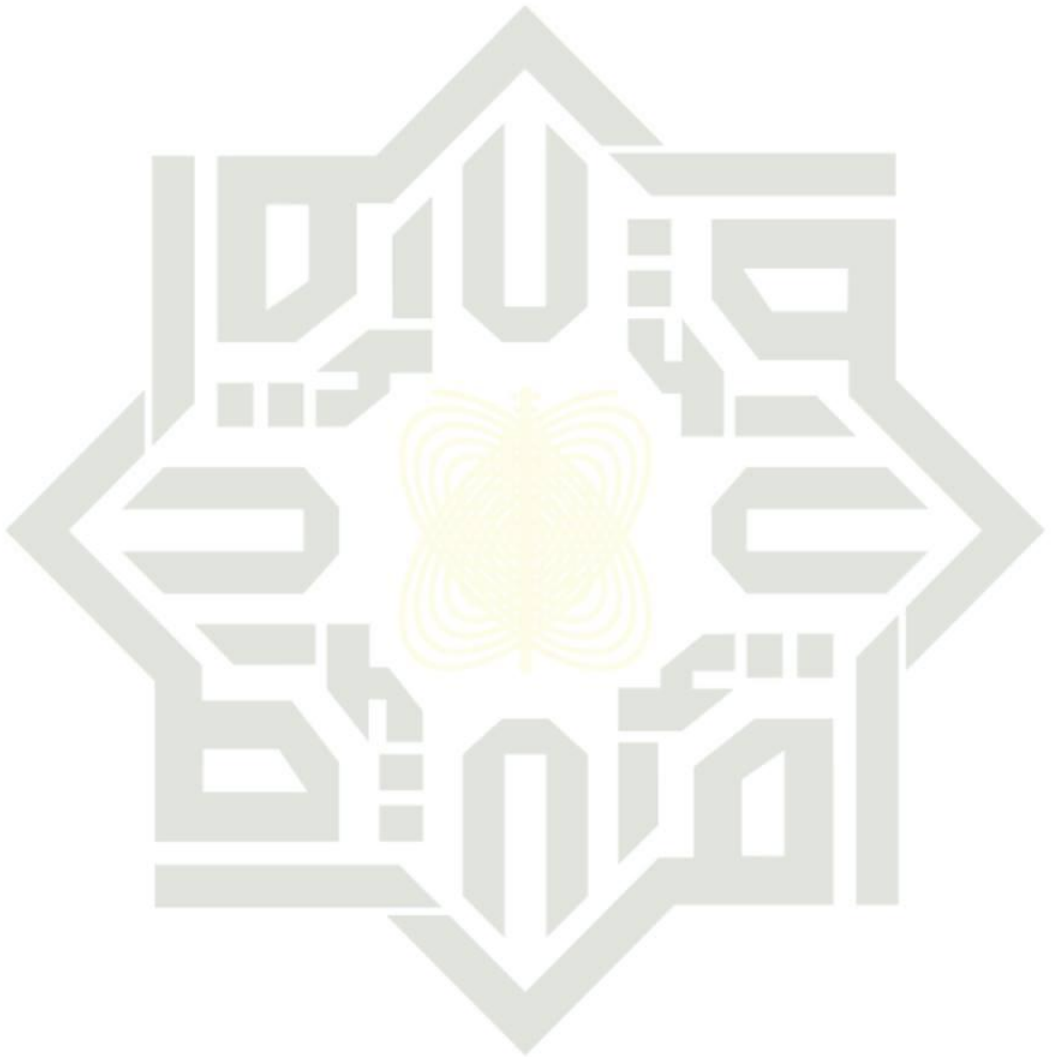
1. Bagaimana bentuk program personal selling yang diterapkan CV Kaiya Mobilindo?
2. Peneliti: Apa media atau sarana yang digunakan dalam program personal selling yang di terapkan di CV Kaiya Mobilindo?

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA DENGAN PEMBELI BAPAK SAIFUL

1. Apa yang membuat bapak yakin untuk membeli mobil di CV Kaiya Mobilindo melalui media sosial ?
2. Peneliti : Apa yang membuat bapak tertarik dari promo promo penjualan yang diterapkan di CV Kaiya Mobilindo ?

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA DENGAN PEMBELI IBUK SUSI

1. Apa yang membuat ibuk akhirnya membeli mobil di CV Kaiya Mobilindo ?
2. Bagaimana kegiatan personal selling yang dilakukan karyawan salesman dan sales couter CV Kaiya Mobilindo?



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi 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.

LAMPIRAN II

Foto wawancara dengan salesman CV Kaiya Mobilindo



Hak Cipta Dilindungi 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.

Foto Wawancara dengan pembeli Bapak Saiful dan Ibuk Susi



© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi 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.



Foto Tampak depan dan samping CV Kaiya Mobilindo



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

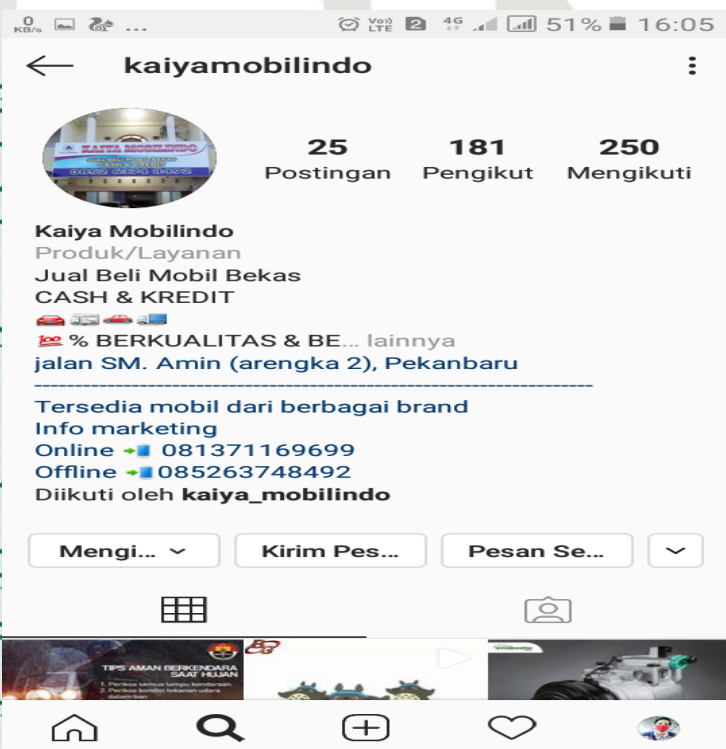
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

Foto mobil yang dijual di CV Kaiya Mobilindo

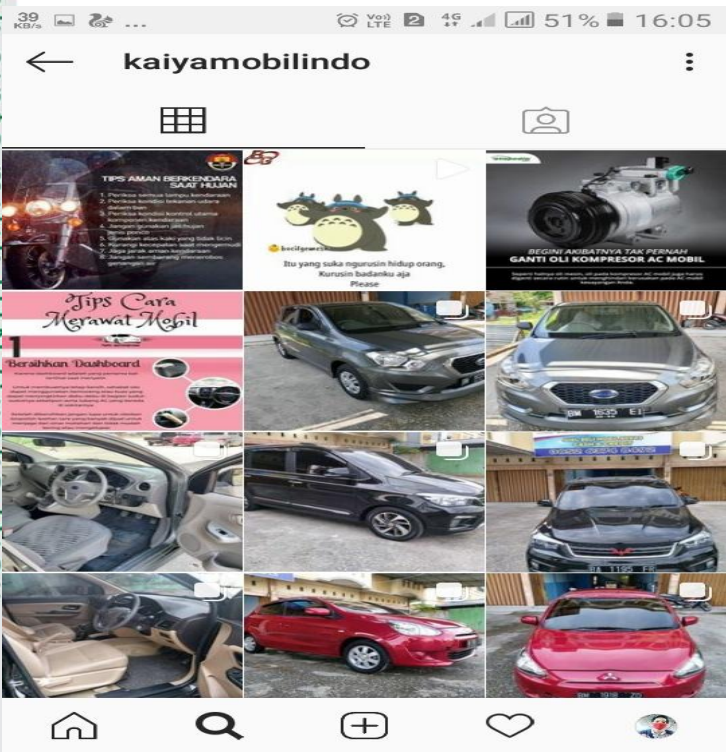


Foto Social Media Instagram dan facebook CV Kaiya Mobilindo



Hak Cipta Dilindungi 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.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sutan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi 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.



Hak Cipta Dilindungi 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.

Foto Kegiatan Personal Selling karyawan marketing dengan pembeli



Foto pemberian Kartu Jaminan Garansi kepada pembeli



Foto Pameran Dagang CV Kaiya Mobilindo



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi 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.