

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Dewasa ini, pada perekonomian dunia abad ke-21, dunia bisnis akan menghadapi era globalisasi dimana dikenal adanya perdagangan bebas dan pasar terbuka. Hal ini menyebabkan persaingan yang semakin ketat di dalam dunia bisnis, karena persaingan tidak hanya dengan perusahaan dalam negeri saja tetapi ada juga persaingan dengan perusahaan luar negeri.

Dalam setiap perusahaan pasti memiliki bagian penjualan, baik itu perusahaan manufaktur, perusahaan dagang, maupun perusahaan jasa, tidaklah terlepas dari bagian penjualan. Jadi, dapat dikatakan bahwa bagian penjualan dari setiap perusahaan memberikan kontribusi yang cukup besar bagi perusahaan, atau dengan kata lain dari bagian penjualan adalah sebagai bagian penentu kelangsungan hidup perusahaan, oleh karena itu penilaian atas kinerja bagian penjualan sangatlah dibutuhkan agar perusahaan dapat mengelola usahanya dengan baik dengan mempertimbangkan efektivitas pemasaran perusahaan agar dapat mempertahankan eksistensinya.

Setiap perusahaan yang berkembang harus mampu bersaing antara satu perusahaan dengan yang perusahaan lainnya, dimana masing-masing perusahaan tersebut mempunyai strategi untuk bersaing. Untuk dapat bertahan dalam persaingan yang kompetitif ini, maka setiap perusahaan harus mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya terutama bagian penjualan. Dengan pengelolaan fungsi penjualan

yang baik, maka suatu perusahaan akan memperoleh tingkat pendapatan yang optimum, sehingga dapat membantu perusahaan agar lebih mudah dalam mencapai tujuannya. Sementara itu jika pengelolaan fungsi penjualan kurang baik atau lemah, maka akan mengakibatkan tingkat penjualan perusahaan kurang optimal sehingga pada akhirnya akan membawa perusahaan menuju kebangkrutan.

Zaman yang semakin maju dan berkembang membuat pola hidup masyarakat yang terus berkembang ke arah yang lebih maju dan *modern*, tidak dipungkiri lagi masyarakat bosan dan jenuh dengan hal yang rumit dan lama, masyarakat lebih suka dengan hal-hal yang cepat dan instan, hingga mencari makanan sehari-hari yang siap saji. Hal tersebut membuat daya tahan tubuh manusia pada zaman sekarang ini turun atau tidak sekuat tubuh manusia pada zaman dahulu. Pola hidup manusia zaman sekarang yang ingin cepat saji membuat daya tahan tubuh kita lemah, sehingga membuat tubuh manusia menjadi rentan terhadap berbagai penyakit. Dari pola hidup manusia pada zaman sekarang ini membuat usaha farmasi-farmasi memegang peranan yang sangat penting.

Dengan kondisi yang ada sekarang ini, perusahaan farmasi merupakan salah satu perusahaan yang mendapat kesempatan untuk berkembang. Kesempatan ini menarik minat banyak pihak untuk terlibat di dalamnya, dimana pihak tersebut yang akan menciptakan dan mengatur suatu strategi persaingan yang kompetitif di antara perusahaan-perusahaan sejenis lainnya.

Kehadiran perusahaan farmasi ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dalam negeri. Mengingat dewasa ini semakin banyak pesaing-pesaing yang mulai melirik bidang tersebut, sehingga perusahaan – perusahaan farmasi harus berusaha keras untuk menghasilkan produk-produk dengan kualitas yang baik,

dimana perusahaan tersebut harus mampu mendistribusikan produk-produknya secara efektif agar setiap perusahaan yang ada dapat bersaing secara kompetitif.

PT. X ialah perusahaan yang mendistribusikan berbagai jenis farmasi yang tidak terlepas dari kegiatan bagian penjualan. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kinerja bagian penjualan dalam PT X ini yaitu bagaimana bagian penjualan tersebut melakukan fungsinya dalam usaha meningkatkan efektifitas penjualan perusahaan, untuk itu penulis memilih judul, ***“Pengaruh Kinerja Bagian Penjualan Terhadap Efektifitas Pemasaran Perusahaan di PT. X”***

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Sehubungan dengan kondisi persaingan perusahaan-perusahaan yang makin ketat pada era globalisasi ini, maka dapat dilihat bahwa peranan bagian penjualan dalam pencapaian tujuan perusahaan memegang peranan yang sangat penting untuk perusahaan yang ingin berkembang. Oleh karena itu, perusahaan perlu memaksimalkan fungsi penjualan tersebut, sebagai cara atau strategi untuk mempermudah pencapaian tujuan perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis akan mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kinerja bagian penjualan PT X?
2. Bagaimana efektifitas pemasaran PT. X?
3. Apakah ada pengaruh kinerja bagian penjualan terhadap efektifitas pemasaran perusahaan di PT. X?

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Setelah melakukan identifikasi masalah, penulis bermaksud untuk membuat maksud dan tujuan dari penelitian yang telah diadakan. Dengan kata lain, maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah hasil yang ingin dicapai dari identifikasi masalah.

Maksud dan tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kinerja penjualan PT X.
2. Untuk mengetahui efektifitas pemasaran PT. X.
3. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kinerja bagian penjualan terhadap efektifitas pemasaran perusahaan di PT. X.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Setelah mendapatkan hasil dari penelitian yang telah diadakan oleh penulis, maka hasil dari penelitian ini penulis berharap dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Manfaat bagi akademisi, sebagai suatu kesempatan untuk menambah ilmu pengetahuan dan sebagai penerapan ilmu yang telah dipelajari selama duduk di bangku kuliah, terutama di dunia kerja yang berhubungan dengan pengaruh kinerja bagian penjualan dalam usaha menilai efektifitas perusahaan. Dan untuk ilmu pengetahuan dan referensi buat mahasiswa yang mengambil tugas akhir yang berhubungan dengan pengaruh penjualan
2. Selain itu juga untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam menyelesaikan program studi strata satu di Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi di Universitas Kristen Maranatha.

3. Bagi praktisi bisnis, untuk memberi sumbangan pemikiran yang berguna bagi perusahaan dalam menunjang penilaian keefektifitasan perusahaan.