

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebuah perusahaan tentu ingin memiliki omset penjualan dari bisnisnya selalu meningkat.¹ Agar semakin maju dan memiliki keuntungan yang berlipat diperlukan strategis khusus untuk meningkatkan penjualan. Banyak dari pebisnis yang memberikan penawaran yang banyak serta menarik untuk konsumen seperti contoh memberi diskon atau giveaway. Dalam melakukan penjualan, pemasaran adalah bagian yang diutamakan dalam sebuah brand bisnis. Ketika brand bisnis tersebut menjadi dikenal maka penjualan akan mengalami peningkatan.²

Hasil produk yang baik dan dapat diterima masyarakat diharapkan dapat diterima agar menjadi tolak ukur sebuah perusahaan. Dengan diterimanya produk oleh masyarakat maka akan mempengaruhi terhadap jumlah permintaan, sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi dan produsen bisa mengambil keuntungan di setiap penjualannya. Karena pada hakikatnya adanya penjualan berfungsi sebagai sebuah pertukaran informasi ataupun kepentingan antara si penjual dengan pembeli. Pertukaran kepentingan ini dasar adanya saling membutuhkan, seorang penjual akan membutuhkan konsumen untuk membeli produk yang dibelinya dan konsumen akan merasa tidak terpenuhi kebutuhannya dikarenakan tidak adanya produsen.

Setiap usaha akan membutuhkan konsumen atau pelanggan. Oleh sebab itu, untuk menarik perhatian dari pelanggan hendaknya sebagai produsen memberi kenyamanan serta keamanan dalam berbelanja dalam upaya meningkatkan loyalitas untuk keberlangsungan hidup perusahaan di

¹Dandan Irawan, "Peningkatan Daya Saing Usaha Micro Kecil Dan Menengah Melalui Jaringan Usaha," *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)* 11, no. 2 (2020): 103–116.

²Hawangga Dhiyaul Fadly and Utama Utama, "Membangun Pemasaran Online Dan Digital Branding Ditengah Pandemi Covid-19," *Jurnal Ecoment Global : Kajian Bisnis dan Manajemen* 5, no. 2 (2020): 213–222,

masa mendatang. Contohnya dengan memberikan tempat usaha yang bersih, produk makanan yang higienis dan lainnya. Sehingga ketika hasrat atau keinginan konsumen telah tercapai maka akan tercipta sebuah kepuasan. Kepuasan dari konsumen inilah yang akan berpengaruh terhadap penjualan.³

UD. Rezeki Baru telah berdiri sejak tahun 1991 dan berjalan di bidang usaha makanan ringan. Usaha ini telah dikembangkan oleh bapak mistli dan bu tini sebagai penompang bagi kehidupan mereka seterusnya. Tak hanya usaha ini saja yang bergerak di bidang jajanan ringan, banyak dari usaha usaha lainnya yang ada di wilayah sumatera utara yang berkecimpung dalam bisnis ini. Dari banyaknya usaha yang ada di wilayah sumatera utara ini, UD. Rezeki Baru hendaknya memberikan beberapa strategi serta inovasi untuk menghadapi pesaing dalam mengembangkan usaha ini.

Ada beberapa strategi yang dilakukan oleh UD. Rezeki Baru dalam menghadapi para pesaingnya yakni salah satunya dengan cara memperbaiki serta meningkatkan kualitas dari produk serta pelayanannya. Hal ini disebabkan karena 2 faktor tersebut yang dampaknya secara langsung terhadap konsumen. Sesuai dengan visi dan misinya usaha ini ingin berkontribusi dengan negara melalui produk yang mereka miliki dan dapat menjalin kerjasama antar sesama produsen.

Dengan melakukan evaluasi secara konsisten, hal ini akan menjadi sebuah kunci dari sebuah kesuksesan dalam bisnis. Karena dengan dilakukannya evaluasi secara menyeluruh dan konsisten, perusahaan akan mengetahui dimana letak kesalahan pada setiap produk ataupun pelayanan. Jika pelanggan puas dan pelayanan melebihi sebuah harapan maka konsumen akan puas dan senang. Karena belakangan ini banya dari usaha yang berfokus terhadap kepuasan karena jika para konsumen hanya merasa puas maka mereka mudah untuk berubah pikiran untuk mendapatkan

³Asrizal Efendy Nasution, "Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan Dan Promosi Pada 212 Mart Di Kota Medan," *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan* 2, no. 1 (2021): 739–753.

penawaran lebih baik. Konsumen yang amat pua atas kinerja atau pelayanan akan lebih sulit untuk mengubah pilihannya. Harapan dari pelanggan setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelanggan akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkannya. Kepuasan yang tinggi, pelayanan yang baik akan menciptakan keletakan emosional terhadap merek, bukan untuk alternatif semata. Jika produk atau pelayanan yang diberikan tidak sesuai harapan maka akan berdampak negatif terhadap omzet, begitu juga sebaliknya.⁴

Dalam sirklus pasar, surplus konsumen dapat ditandai sebagai kesejahteraan dalam ekonomi. Perkembangan ekonomi yang semakin maju berimplikasi pada semakin tajamnya persaingan dalam dunia usaha. Setiap perusahaan dituntut dapat mempertahankan efisiensi, produktivitas, kualitas perusahaan dan perkembangannya. Hal tersebut dikatakan oleh sebagian para ahli ekonomi yang memiliki pendapat bahwa pembeli bersikap rasional ketika membuat keputusan dan pilihan mereka harus dihargai. Untuk contoh kasus ini, konsumen merupakan populasi yang terbaik dalam memberikan keuntungan bagi perusahanan. Karena barang yang dibeli konsumen akan bermanfaat baginya dan perusahaan akan memperoleh balasan jasa yang sesuai dari selera masyarakat. Oleh sebab itu, strategi dalam meningkatkan penjualan harus lebih extra dalam menjalaninya agar keuntungan dapat dicapai.⁵

⁴ Fikra A. W. Wuran and Hadjrah Arifin, "Analisis Nilai Surplus Konsumen Dan Produsen Ikan Segar Di Kota Kupang (Studi Kasus Pada Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Oeba)," *Jurnal Agromina* 1, no. 1 (2018): 1-7.

⁵ Khairina Tambunan et al., "Analisis Kointegrasi Zakat Dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Periode Tahun 2015-2018," no. December (2019).

Berikut tabel hasil penjualan UD. Rezeki Baru tahun 2017- 2021 yakni sebagai berikut :

Tabel 1
Hasil Penjualan UD. Rezeki Baru pada tahun 2017-2021

Bulan	Hasil Penjualan				
	2017	2018	2019	2020	2021
Januari	204.439.000	136.996.000	152.257.000	228.238.000	126.513.000
Februari	207.502.000	236.126.000	131.000.000	226.640.000	137.849.000
Maret	143.202.000	136.126.000	147.755.000	127.392.000	122.451.000
April	125.342.000	152.354.000	236.510.000	227.806.000	210.631.000
Mei	130.783.000	245.566.000	238.446.000	335.509.000	357.854.000
Juni	339.152.000	369.037.000	372.536.000	230.990.000	223.737.000
Juli	230.392.000	261.242.000	231.750.000	129.464.000	132.260.000
Agustus	131.301.000	164.093.000	128.086.000	128.934.000	122.295.000
September	131.540.000	262.569.000	127.146.000	125.630.000	110.310.000
Oktober	144.026.500	172.417.000	226.633.000	130.727.000	165.648.000
November	230.727.000	124.589.000	228.907.000	232.353.000	214.770.000
Desember	333.299.500	362.573.000	341.520.000	355.370.000	361.524.000
Jumlah	1.420.405.000	2.126.688.000	662.546.600	1.679.053.000	2.085.842.000

Dari paparan di atas dijelaskan bahwasannya pendapatan pada di tahun 2017 sebesar Rp.1.420.405.000, pada tahun 2018 pendapatan sebesar Rp. 2.126.688.000, pada tahun 2019 pendapatan sebesar Rp. 662.546.600 pada tahun 2020 pendapatan sebesar Rp. 1.679.053.000, pada tahun 2021 pendapatan sebesar Rp. 2.085.842.000. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah pendapatan dalam penjualan tertinggi terdapat pada tahun 2018 dan paling rendah terdapat pada tahun 2019 dikarenakan adanya pandemi covid 19 yang menurunkan tingkat pendapatan penjualan. Secara dominan

penjualan meningkat ketika mendekati lebaran hari raya Idul Fitri dan ketika perayaan Natal.

Pelayanan yang baik dan berkualitas merupakan suatu rangkaian kegiatan yang penting bagi suatu usaha dalam mengembangkan usahanya. Keberhasilan suatu usaha terhadap tujuan yang akan dicapai tergantung bagaimana kualitas pelayanan, pemasaran, produksi serta strategi keuangan yang di atur oleh keahlian manager serta kolaborasi dari karyawan perusahaan tersebut. Selain keahlian, kemampuan dalam mengkombinasikan faktor-faktor tersebut juga mempengaruhi dalam peningkatan penjualan agar usaha yang telah dibangun dapat berkembang dan maju.⁶

Selain dengan menjaga kualitas pelayanan, meletakkan produk dengan mengelompokkan produk sesuai type dan mereknya juga dapat berpengaruh terhadap penjualan, pengelompokkan barang tersebut disebut dengan pengelompokan barang. Ada beberapa fenomena yang terjadi dalam meningkatkan pendapatan penjualan yang disebabkan oleh kualitas pelayanan, seperti yang dilakukan oleh UD. Rezeki Baru. Kualitas pelayanan tersebut yang mereka lakukan seperti memperluas lahan usaha dan parkir, menambah jumlah karyawan, menambah jumlah variasi menu, menambah dekorasi dinding, memberikan layanan pembelian secara online dan memberikan insentif pada karyawan.

Insentif merupakan hal pokok yang mesti diperhatikan bagi perusahaan, karena ini akan berkesinambungan dengan kinerja karyawan. Jika insentif tersebut tidak diterima oleh mereka, hal ini akan berdampak terhadap kinerja karyawan yang akan semena mena dalam bekerja. Hal tersebut akan mengurangi pendapatan usaha tersebut. Menurut Justine T. Sirait, insentif merupakan bentuk kompensasi yang mempunyai kaitan langsung dengan motivasi jadi insentif diberikan guna meningkatkan motivasi pegawai. Sementara itu, Andrew F.Sikula dalam bukunya Justine T. Sirait memberikan defenisi insentif yaitu “sesuatu yang mendorong atau mempunyai kecenderungan untuk merangsang suatu kegiatan, insentif

⁶ Nasution, “Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan Dan Promosi Pada 212 Mart Di Kota Medan.”

adalah motif- motif dan imbalan-imbalan yang dibentuk untuk memperbaiki produksi. Kesejahteraan karyawan yang diutamakan diharapkan dapat mempengaruhi kinerja dan dampaknya diharapkan dapat langsung diterima konsumen. Untuk mencapai kesejahteraan karyawan tidak lepas dari yang namanya upah. Kecukupan upah yang diterima diharapkan akan memberikan hasil kinerja yang baik. Ada beberapa fenomena yang terjadi dalam peningkatan pendapatan penjualan di UD. Rezeki ini dengan diberikannya insentif pada karyawan yang terbukti adanya peningkatan pada tahun 2019 dan tahun berikutnya. Selain dari kualitas pelayanan dan insentif karyawan ada hal yang juga harus diperhatikan yakni pengelompokan barang atau yang biasa disebut dengan pengelompokan barang.

Pengelompokan barang merupakan kegiatan dalam mengelompokkan barang. Biasanya pada setiap toko akan mengelompokkan barangnya sesuai dengan jumlah, label, merek dan harga. Pengelompokan barang ini dilakukan dalam satuan besar yakni dalam bentuk makanan. Dengan adanya pengelompokan produk ini diharapkan dapat memudahkan konsumen dalam memilih barang yang akan dibelinya sehingga berpengaruh terhadap penjualan dalam usaha tersebut. Karena, ketika sudah tercapai harapan serta tingkat kepuasannya maka akan berpengaruh terhadap tingkat penjualan perusahaan tersebut. Dengan dilakukannya pengelompokan barang ini diharapkan dapat memudahkan konsumen dalam berbelanja dan juga memudahkan produsen dalam mendisplay produknya.

Beberapa hal yang dapat menjadikan penjualan ataupun tingkat pemesanan dalam jajanan tradisional UD. Rezeki Baru menjadi meningkat. Contohnya dengan memberikan pelayanan yang berkualitas, pengelompokan barang sesuai dengan jenis dan sifatnya yang tercermin dalam peningkatan hasil penjualan tiap tahunnya.

Dalam menjalankan usaha tersebut usaha ini mementingkan kesejahteraan karyawan dan kepuasan pelanggan tanpa melupakan aspek yang mempengaruhi perkembangan usahanya. UD. Rezeki Baru Cap Rumah Adat Minang memiliki karyawan sebanyak 50 orang

keseluruhannya. Pada bagian marketing dan keuangan sebanyak 14 orang dan lainnya berada di posisi pengemasan dan pembuatan jajanan..

Dalam memilih toko konsumen memiliki kriteria evaluasi diantaranya adalah faktor kenyamanan, pelayanan, kelengkapan produk, dan lain sebagainya hal tersebut menjadikan faktor yang sangat penting dan harus diperhatikan produsen karena akan menjadi bahan perbandingan bagi konsumen untuk memilih toko mana yang akan didatangi konsumen.

Meskipun ada banyak faktor yang mempengaruhi peningkatan penjualan, kualitas pelayanan, pengelompokan barang juga menjadi mata dasar bagi konsumen dalam keputusannya untuk membeli sebuah produk. Produk/jasa yang berkualitas tentunya akan mendapat jaminan tinggi terhadap kepuasan konsumen, yang nantinya kepuasan konsumen akan teraplikasikan terhadap pembelian ulang yang dilakukan. Dan untuk membuat konsumen untuk kembali membeli produk yang dijual hendaknya memenuhi kepuasan apa yang diinginkan oleh konsumen. Kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan ataupun produk kedepannya akan mengalami peningkatan secara signifikan. Disebabkan adanya kepuasan tersebut, maka akan dapat menjadikan perusahaan tersebut menjadi sebuah referensi untuk melakukan transaksi jual beli dan akan menjadi bahan pembicaraan yang baik sekaligus *promotion* yang bernilai positif bagi perusahaan.

Dampak tersebut telah diteliti oleh Dian Islamiah Ramadhan (2020), dalam penelitiannya bahwa kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam membeli kopi borong pada CV. Berkat Asia Kabupaten Sinjai. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang akan saya teliti bahwa dalam peningkatan penjualan tidak hanya tentang kualitas pelayanan akan tetapi juga memperhatikan bagaimana memperdayakan sumber daya manusia dengan baik dengan cara memberikan gaji atau insentif terhadap kinerjanya terhadap perusahaan, dan juga bagaimana toko dalam mendisplay atau mengelompokkan barang agar konsumen dapat mudah dalam memilih produk yang akan dipilih agar konsumen tidak mengalami kesulitan yang

berdampak terhadap kepuasan konsumen tersebut, yang secara tidak langsung berdampak terhadap penjualan.

Dari penjelasan diatas dan juga kejadian yang di dapatkan, peneliti ingin menarik serta menguji penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Insentif Karyawan, Dan Pengelompokan Barang Terhadap Peningkatan Penjualan Ud. Rezeki Baru Cap Rumah Adat Minang Di Kota Medan Tahun 2017-2021”**

B. Identifikasi Masalah

Adapun yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Minimnya pengetahuan pelaku usaha terhadap pelayanan, insetif/gaji karyawan serta pengelompokkan produk sangat bermanfaat kepada konsumen dan dapat meningkatkan penjualan.
2. Kurang adanya inovasi dan kreatifitas yang tinggi terhadap perkembangan perusahaan.
3. Laporan data keuangan masih manual yang dapat mengakibatkan hilangnya data transaksi penjualan sewaktu-waktu hilang.
4. Pengelompokkan produk yang sesuai dengan jenis dan manfaatnya, tetapi penulisan nama produk serta harga produk masih manual yang dapat mengakibatkan kertas tersebut hilang berserakan.

C. Batasan Masalah

Fokus penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas pelayanan, Insentif karyawan, Dan Pengelompokan barang Terhadap Peningkatan Penjualan Di UD. Rezeki Baru Cap Rumah Adat Minang Di Kota Medan, dibatasi hanya untuk laporan data pada tahun 2017 sampai 2021.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap peningkatan penjualan UD.Rezeki Baru Cap Rumah Adat Minang Di Kota Medan ?
2. Apakah insentif karyawan berpengaruh terhadap peningkatan penjualan UD.Rezeki Baru Di Kota Medan ?
3. Apakah pengelompokan barang berpengaruh terhadap peningkatan penjualan di UD.Rezeki Baru Di Kota Medan ?
4. Apakah kualitas pelayanan, insentif karyawan, dan pengelompokan barang berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan penjualan UD. Rezeki Baru Cap Rumah Adat Minang ?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap peningkatan penjualan UD. Rezeki Baru Di Kota Medan secara parsial.
2. Untuk mengetahui pengaruh insentif karyawan terhadap peningkatan penjualan UD. Rezeki Baru Di Kota Medan secara parsial.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengelompokan barang terhadap peningkatan penjualan UD. Rezeki Baru Di Kota Medan secara parsial.
4. Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan, insentif karyawan, dan pengelompokan barang secara simultan terhadap peningkatan penjualan UD. Rezeki Baru Di Kota Medan.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Untuk peneliti besar harapan untuk dapat mengamalkan ilmu yang telah dipelajari khususnya tentang ilmu ekonomi Islam serta dapat mengaplikasikan di kehidupan sehari-hari.

2. Bagi Konsumen

Hasil ini diharapkan agar konsumen memahami tentang pelayan yang baik supaya mendapatkan sebuah kenyamanan dan kepuasan dalam membeli sebuah produk.

3. Bagi Universitas/Lembaga

Bagi pihak Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terkaitnya dengan Pengaruh *kualitas pelayanan, insentif karyawan, dan pengelompokan barang* terhadap peningkatan penjualan di UD. Rezeki Baru Cap Rumah Adat Minang, sekiranya dapat dijadikan dorongan bantuan serta menjadi pertimbangan.

4. Bagi Akademisi

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan skripsi ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan, referensi, serta dapat berguna bagi pembaca lainnya.

5. Bagi Pemerintah

Untuk pemerintah diharapkan dengan adanya bantuan dari penelitian ini dapat menemukan fenomena- fenomena yang terjadi dalam peningkatan penjualan sehingga dapat menerapkan kebijakan- kebijakan yang sesuai.

6. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini bagi masyarakat semoga bisa membantu bagaimana mengetahui apa saja pengaruh dari baiknya kualitas produk ataupun pelayanan.