

**TINJAUAN MANAJEMEN PENJUALAN PADA BADAN USAHA  
MILIK NAGARI BARINGIN GADANG ADVERTISING  
DI NAGARI PADANG SIBUSUK KABUPATEN SIJUNJUNG**

**TUGAS AKHIR**

*Diajukan Kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Diploma III  
Manajemen Perdagangan Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh  
Gelar Ahli Madya*



Oleh:

**FIONI PUTRI VAWAN**  
2019/19134032

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PERDAGANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2022**

**PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

**TINJAUAN MANAJEMEN PENJUALAN PADA BADAN USAHA MILIK  
NAGARI BARINGIN GADANG ADVERTISING DI NAGARI PADANG  
SIBUSUK KABUPATEN SIJUNJUNG**

Nama : Fioni Putri Vawan  
BP/Nim : 2019/19134032  
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)  
Fakultas : Ekonomi

Padang, Agustus 2022

Diketahui Oleh

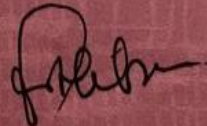
Koordinator Program Studi DIII  
Manajemen Perdagangan



Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D  
NIP. 197512091999032001

Disetujui Oleh

Pembimbing Tugas Akhir



Gesit Thabrani, SE., M.T.  
NIP. 197606062002121005

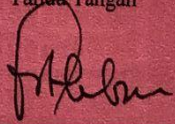
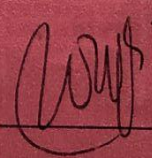

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

**TINJAUAN MANAJEMEN PENJUALAN PADA BADAN USAHA MILIK NAGARI  
BARINGIN GADANG ADVERTISING DI NAGARI PADANG SIBUSUK  
KABUPATEN SIJUNJUNG**

Nama : Fioni Putri Vawan  
NIM/TM : 19134032/2019  
Program Studi : Manajemen Perdagangan ( DIII )  
Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji Didepan Tim Penguji Tugas Akhir Prodi Manajemen  
Perdagangan DIII Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Padang, Agustus 2022

Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
Gesit Thabrani, SE, MT	(Ketua)	
Whyosi Septrizola, SE, MM	(Anggota)	
Mega Asri Zona, SE, M. Sc	(Anggota)	

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fioni Putri Vawan  
NIM/TM : 19134032/2019  
Tempat/ Tanggal Lahir : Padang Sibusuk, 16 April 2001  
Program Studi : Manajemen Perdagangan  
Fakultas : Ekonomi  
Alamat : Jorong Tapi Balai, Kec. Kupitan  
Judul Tugas Akhir : Tinjauan Manajemen Penjualan pada Badan Usaha Milik Nagari Baringin Gadang Advertising di Nagari Padang Sibusuk Kabupaten Sijunjung

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir saya adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik, baik Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji, dan ketua program studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Padang, Agustus 2022

Yang menyatakan,



Fioni Putri Vawan  
NIM. 19134032

## ABSTRAK

**Fioni Putri Vawan** : **Tinjauan Manajemen Penjualan pada Badan Usaha Milik Nagari Baringin Gadang Advertising di Nagari Padang Sibusuk Kabupaten Sijunjung**  
**Dosen Pembimbing** : **Gesit Thabrani, SE., MT.**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Tinjauan Manajemen Penjualan pada Badan Usaha Milik Nagari Baringin Gadang Advertising di Nagari Padang Sibusuk Kabupaten Sijunjung. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif, yaitu metode penelitian yang digunakan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat. Data dikumpulkan melalui wawancara dan juga diperoleh dari sumber-sumber yang telah ada pada Badan Usaha Milik Nagari Baringin Gadang Advertising di Nagari Padang Sibusuk Kabupaten Sijunjung.

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diketahui bahwa sistem manajemen penjualan yang dijalankan oleh Badan Usaha Milik Nagari Baringin Gadang Advertising di Nagari Padang Sibusuk Kabupaten Sijunjung meliputi: perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian. Manajemen penjualan yang dilakukan untuk mengelola tenaga penjual belum memenuhi standar karena belum mencapai target yang telah ditetapkan.

**Kata Kunci : Manajemen Penjualan.**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tugas Akhir ini penulis susun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Diploma III (DIII) Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Padang dengan judul: **“Tinjauan Manajemen Penjualan Pada Badan Usaha Milik Nagari Baringin Gadang Advertising di Nagari Padang Sibusuk Kabupaten Sijunjung.”**

Selesainya Tugas Akhir ini tidak terlepas dari banyak dukungan dan bantuan ketika menyusun Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Gesit Thabrani, SE., M.T, selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan saran nasehat dalam berbagai hal, terutama dalam Penyusunan Tugas Akhir ini.
2. Ibu Whyosi Septrizola, SE., MM, dan ibu Mega Asri Zona, SE., M.Sc, selaku Dosen Penguji.
3. Bapak Dr. Idris, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
4. Ibu Dina Patrisia, SE, AK, M.Si, selaku ketua Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
5. Bapak dan Ibu Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, khususnya Program Studi Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
6. Tenaga Pendidik Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

7. Bapak Fadlan, selaku kepala unit usaha di Badan Usaha Milik Nagari Baringin Gadang Advertising.
8. Keluarga dan saudara-saudara penulis yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
9. Sahabat-sahabat yang senantiasa membantu dan memberikan masukan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir.
10. Semua pihak yang telah membantu sampai terselesaikannya tugas akhir ini, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik dari semua pihak demi kesempurnaan Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis sendiri. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Aamiin.

Padang, Agustus 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN TUGAS AKHIR</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
A. Pengertian Penjualan .....	6
B. Manajemen Penjualan.....	7
C. Jenis-jenis Penjualan.....	8
D. Marketing mix .....	9
F. Jenis-jenis Tenaga Penjualan ( Wiraniaga / Sales ) .....	14
G. Konsep Penjualan .....	16
H. Segmentasi untuk mengidentifikasi pasar .....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>19</b>
A. Bentuk Penelitian .....	19
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	19
C. Rancangan Penelitian.....	19

<b>BAB IV PEMBAHASAN</b> .....	<b>23</b>
A. Profil Badan Usaha Milik Nagari Baringin Gadang .....	23
B. Hasil dan Pembahasan .....	35
<b>BAB V</b> .....	<b>44</b>
<b>PENUTUP</b> .....	<b>44</b>
A. Kesimpulan .....	44
B. Saran.....	45
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>46</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Penjualan Badan Usaha Milik Nagari Baringin Gadang Advertising .....	3
Gambar 2. Posisi manajemen dalam Marketinng Mix.....	11
Gambar 3. Logo perusahaan.....	25
Gambar 4. Struktur organisasi Badan Usaha Milik Nagari Baringin Gadang Advertising .....	27

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Dokumentasi bersama kepala unit usaha.....	47
Lampiran 2. Pertanyaan Wawancara .....	48

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Persaingan usaha di dunia industri sekarang ini semakin pesat. Pihak-pihak yang berkepentingan di dalam perusahaan harus bekerja keras untuk dapat menghadapi persaingan tersebut dan untuk tetap dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Tujuan perusahaan untuk memperoleh laba yang optimal menjadi hal yang sangat sulit untuk dicapai.

Dalam dunia bisnis, berbagai kegiatan dari jenis usaha ( manufaktur ) yang memproduksi barang-barang, usaha dagang yang mendistribusikan barang dagangan dan usaha jasa, pada akhirnya akan bermuara pada kegiatan penjualan barang atau jasa. Dengan adanya kegiatan penjualan pihak perusahaan akan memperoleh penggantian sebesar harga barang atau jasa yang dimufakati saat jual beli akan dilakukan. Hal ini disebabkan karena penjualan sendiri adalah salah satu komponen pemasaran dan merupakan salah satu kegiatan perusahaan untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan ( Limakrisna, 2017 ).

Dalam persaingan dunia usaha yang semakin tinggi saat ini, perusahaan harus bisa mengelola berbagai aset yang dimilikinya. Salah satu aset penting yang harus dikelola dengan baik oleh perusahaan adalah manajemen penjualan. Perusahaan memiliki tujuan utama yaitu untuk memperoleh laba/keuntungan dengan sebesar-besarnya. Hal ini dilakukan agar terciptanya pertumbuhan penjualan. Menurut Husnan ( 1998 )

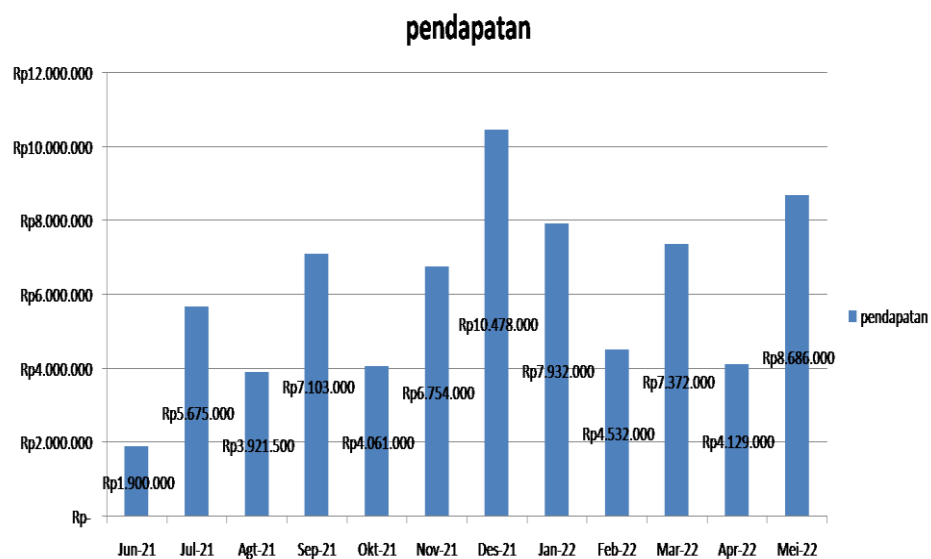
pertumbuhan penjualan adalah variabel yang pada dasarnya mengukur stabilitas keuntungan yang diperoleh perusahaan, disamping itu perusahaan tentu juga mengharapkan kontinuitas usahanya.

Setiap perusahaan pasti mempunyai harapan dan tujuan yang ingin dicapai sesuai bidang usahanya. Harapan dan tujuan tersebut antara lain adalah untuk mempertahankan kestabilan perusahaan. Masyarakat dalam hal ini menjadi penilai apakah suatu perusahaan sudah berhasil dalam menjalankan perusahaannya. Keberhasilan suatu perusahaan tentunya tidak lepas dari kinerja manajemennya. Kinerja tersebut merupakan hasil dari serangkaian proses dan pengorbanan berbagai sumber daya. Salah satu parameter kinerja tersebut adalah penjualan.

Penjualan suatu perusahaan seringkali mengalami fluktuasi. Misalnya jumlah penjualan mengalami kenaikan pada bulan-bulan tertentu dan penurunan pada bulan-bulan yang lain. Naik turunnya jumlah penjualan tersebut merupakan hal yang sudah biasa dalam dunia usaha. Agar tujuan perusahaan dalam meningkatkan hasil penjualan tercapai maka perusahaan harus mempunyai cara-cara atau metode-metode yang digunakan sebagai pedoman. Untuk itu manajemen perusahaan harus bekerja keras untuk memantau keadaan tersebut, sehingga perusahaan dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang menyebabkan naik ataupun turunnya jumlah penjualan. Bagi perusahaan yang sudah mengetahui penyebab naik turunnya penjualan, langkah selanjutnya tim manajerial harus menentukan penanggulangan yang

tepat sesuai pemetaan masalah baik secara intern maupun ekstern perusahaan.

Adapun fenomena yang terjadi pada suatu badan usaha, yaitu Badan Usaha Milik Nagari Baringin Gadang Advertising yang bergerak dalam bidang digital printing. Badan Usaha Milik Nagari Baringin Gadang Advertising pada pertengahan tahun 2021 sampai pertengahan tahun 2022 mengalami fluktuasi. Hal ini terlihat pada data penjualan dari Badan Usaha Milik Nagari Baringin Gadang Advertising. Data penjualan di Badan Usaha Milik Nagari Baringin Gadang Advertising adalah sebagai berikut :



**Gambar 1. Data Penjualan Badan Usaha Milik Nagari Baringin Gadang Advertising**

Sumber : Badan Usaha Milik Nagari Baringin Gadang Advertising, Tahun 2022

Dari grafik penjualan, setelah ditinjau penjualan Baringin Gadang Advertising selama tahun pertama, penjualan yang diperoleh oleh Baringin Gadang Advertising mengalami fluktuasi atau dalam keadaan tidak stabil.

Untuk mencapai tujuan penjualan diperlukannya manajemen penjualan yang akan membantu Badan Usaha Milik Nagari Baringin Gadang Advertising dalam mengelola penjualan yang ada.

Oleh karena itu, peneliti mengambil judul penelitian “ Tinjauan Manajemen Penjualan pada Badan Usaha Milik Nagari Baringin Gadang Advertising di Nagari Padang Sibusuk Kabupaten Sijunjung.”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas maka untuk memudahkan dalam penyelesaian permasalahan yang menjadi dasar dalam penulisan ini, maka peneliti mencoba menyimpulkan rumusan masalah yaitu “ Bagaimana manajemen penjualan yang dilakukan oleh Badan Usaha Milik Nagari Baringin Gadang Advertising.”

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana manajemen penjualan yang dilakukan oleh Badan Usaha Milik Nagari Baringin Gadang Advertising.

## **D. Manfaat Penelitian**

Suatu penelitian akan mempunyai nilai apabila penelitian tersebut dapat memberikan manfaat dan kegunaan berbagai pihak. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

- a. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Diploma III pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- b. Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang manajemen penjualan yang dijalankan oleh Baringin Gadang Advertising.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan hasil pemikiran dan masukan kepada Badan Usaha Milik Nagari Baringin Gadang Advertising.

3. Bagi Pihak lain

Diharapkan dapat memberikan suatu informasi baru dan masukan yang bermanfaat bagi pihak lain untuk mendapat wawasan, ilmu pengetahuan. Dan juga untuk mendapatkan gambaran tentang masalah yang diteliti oleh penulis.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan pada Badan Usaha Milik Nagari Baringin Gadang Advertising mengenai Tinjauan Manajemen Penjualan pada Badan Usaha Milik Nagari Baringin Gadang Advertising, dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Manajemen penjualan yang dijalankan Badan Usaha Milik Nagari Baringin Gadang Advertising menggunakan tahap perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian.
2. Tenaga penjual yang dimiliki oleh Badan Usaha Milik Nagari Baringin Gadang Advertising belum mencukupi.
3. Pemetaan tenaga penjual dibagi 2 wilayah yaitu Sawahlunto dan Sijunjung dan target pasar yang dituju yaitu UMKM, Instansi, dan masyarakat umum.
4. Tenaga penjual yang diterima diutamakan berasal dari nagari itu sendiri atau masyarakat sekitar.
5. Standar target penjualan yang harus dicapai oleh tenaga penjual yaitu 5 orderan per hari atau 15 meter cetakan per hari.
6. Badan Usaha Milik Nagari Baringin Gadang Advertising untuk menunjang kinerja tenaga penjual memberikan semangat berupa motivasi ( nasihat, arahan, kata penyemangat ) dan kompensasi (insentif tunai dari orderan per meter yang di dapat ).

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah penulis uraikan sebelumnya, maka penulis menyarankan sebagai berikut :

1. Sebaiknya Baringin Gadang Advertising dalam mengelola tenaga penjual ada baiknya melakukan pelatihan agar mengetahui skill yang dimiliki oleh tenaga penjual.
2. Dan sebaiknya Badan Usaha Milik Nagari Baringin Gadang Advertising menambah tenaga penjual untuk menunjang penjualan yang ada.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bandura. (2006). Article of Guide For Constructing Self Efficacy. *Information Age Publishing*.
- Dalrymple, D. J. (1982). *Sales Manajemen: Concept and Cases*. New York: John Wiley and Sons Inc, 3.
- Dharmmesta, B. S. (2018). *Manajemen Penjualan Edisi ke 3*. Yogyakarta : BPFE.
- Kotler Philip, and Gary Amstrong. (2008). *Dasar-dasar Manajemen ( Jilid 1 )*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip & Kelvin Lane Keller. ( 2009 ). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi ke 13*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Keller. (2012). *Marketing Management 14th Edition*. United States of America: Pearson.
- Limakrisna, Nandan. 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis Edisi 2*. Jakarta : Mitra Wacana Media
- Richard, E. N. (1976). *Sales Manajemen: Decision, Policies and Cases 3rd*. Englewood Cliffs, N.J: Prentice-Hall, 18-19.
- Robert, J. (1986). How to Build a Dynamic Sales Organization In Douglas and Leonard, *Marketing Management: Text and Cases 4th Edition* . New York: John Wiley and Sons, 527.
- Tjiptono, Fandy. ( 2007 ). *Strategi Pemasaran Edisi ke 2*. Yogyakarta : Andi
- Zulkarnain. (2012). *Ilmu Menjual Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual*. Yogyakarta: Graha Ilmu.