

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan memiliki perolehan laba bervariasi dari setiap saluran distribusi yang dimiliki, karena setiap saluran distribusi memiliki volume penjualan yang berbeda dengan harga jual serta biaya distribusi yang berbeda pula. Masalah ini menyebabkan perolehan laba dari perusahaan ini kurang optimal dan perlu adanya penentuan saluran distribusi yang paling efektif yaitu yang memiliki volume penjualan paling tinggi dengan pencapaian laba yang optimal, sehingga nantinya bisa dijadikan sebagai acuan untuk memperbaiki saluran wilayah distribusi yang tidak efisien menjadi efisien.

Selain itu permasalahan ini juga disebabkan semakin berkembang dunia usaha, baik dalam jenis usaha perdagangan, industri, jasa, maupun media massa. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis, dengan sumber daya ekonomi yang dimiliki, sehingga perlu adanya manajemen yang baik agar dapat bekerja secara efektif dan efisien untuk mendapatkan laba yang maksimal. Setiap produsen menginginkan adanya peningkatan penjualan dan pendapatan. Bila mereka menginginkan penjualan hasil produknya berhasil, para produsen harus aktif berperan serta dalam proses distribusi hingga produk sampai ke tangan konsumen. Oleh karena itu, produsen hendaknya dapat meningkatkan efisiensi dari setiap wilayah distribusi pemasarannya agar

dapat mencapai target pasar yang telah ditentukan. Bila suatu perusahaan memiliki sistem saluran distribusi yang cukup potensial maka perusahaan itu akan dapat menguasai pasar, karena hasil produksi perusahaan tersebut dapat menyebar secara luas.

Saluran penjualan pada prinsipnya adalah aliran barang dari produsen ke konsumen melalui lembaga pemasaran. Peran lembaga pemasaran sangat tergantung dari sistem pasar yang berlaku dan karakteristik barang yang dipasarkan. Fungsi saluran penjualan yaitu melihat dan membandingkan tingkat harga di masing-masing lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran itu sendiri adalah pedagang yang ikut menyampaikan barang dan jasa produsen ke konsumen melalui saluran penjualan tertentu.¹

Manajemen adalah ilmu pengetahuan maupun seni. Semua ilmu pengetahuan bersifat dinamis, beberapa bidang lebih dinamis dari yang lainnya. Seandainya tidak demikian halnya, maka sekarang tidak akan mempunyai lebih banyak pengetahuan yang terkumpul dari yang pernah dipunyai orang-orang mesir purbakala atau penduduk kekaisaran romawi. Seni adalah pengetahuan bagaimana mencapai hasil yang diinginkan. Ia adalah kecakapan yang diperoleh oleh pengalaman, pengamatan dan pelajaran serta kemampuan untuk menggunakan pengetahuan dan manajemen. Seni manajemen menghendaki kreativitas, atas dasar dan dengan syarat suatu pengertian mengenai ilmu manajemen. Maka karena itu ilmu pengetahuan dan seni manajemen merupakan komplemennya masing-masing, kalau yang satu meningkat, demikian pulalah harusnya yang lain perlu ada suatu keseimbangan antara keduanya.²

¹ Suseno Budi Prasetyo, *Analisis Efisiensi Distribusi Pemasaran Produk Dengan Metode Data Envelopment Analysis (Dea)*, Jurnal Penelitian Ilmu Teknik, Vol. 8 No.2 Desember 2008, hlm. 120-128.

² George R. Terry, *Dasar-Dasar Manajemen*, http://library.fis.uny.ac.id/opac/index.php?p=show_detail&id=2287, diakses pada tanggal 23 November.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana perencanaan perusahaan dalam menghadapi keterlambatan penagihan penjualan?
2. Bagaimana implementasi perusahaan dalam menghadapi keterlambatan penagihan penjualan?
3. Bagaimana monitoring perusahaan dalam menghadapi keterlambatan penagihan penjualan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis perencanaan perusahaan dalam menghadapi keterlambatan penagihan penjualan
2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis implementasi perusahaan dalam menghadapi keterlambatan penagihan penjualan
3. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis monitoring perusahaan dalam menghadapi keterlambatan penagihan penjualan

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi acuan referensi serta dapat digunakan tambahan penelitian yang lain.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan UD Candi Minimarket untuk meningkatkan usahanya.
- b. Bagi akademik, diharapkan penelitian ini dapat membantu dalam pencarian informasi serta dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang berhubungan tentang manajemen pemasaran.

E. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. Perencanaan

Perencanaan merupakan suatu proses dalam menentukan berbagai hal yang ingin diraih di masa depan dan untuk menentukan beragam tahapan yang dibutuhkan untuk bisa mencapai tujuan tersebut.³

b. Implementasi

Implementasi adalah hal penting untuk mewujudkan suatu gagasan. Seseorang harus mengimplementasikan gagasan untuk mencapai tujuannya. Implementasi merupakan penerapan gagasan dengan arti yang cukup luas. Implementasi juga merupakan praktik mendasar untuk menerapkan strategi atau tujuan apa pun. Tujuan dari rencana implementasi adalah untuk menerapkan strategi.⁴

c. Monitoring

Monitoring adalah proses rutin pengumpulan data dan pengukuran kemajuan atas objektif program, memantau perubahan yang fokus pada proses dan keluaran. Monitoring melibatkan perhitungan atas

³ Ibnu, <https://accurate.id/marketing-manajemen/perencanaan-adalah/>, diakses pada tanggal 3 Juli.

⁴ <https://hot.liputan6.com/read/4478774/implementasi-adalah-pelaksanaan-tujuan-pahami-pengertian-dan-contohnya>, diakses pada tanggal 3 Juli.

apa yang kita lakukan, monitoring melibatkan pengamatan atas kualitas dari layanan yang kita berikan.⁵

2. Definisi Operasional

Secara operasional bahwa yang dimaksud dengan judul penelitian diatas yaitu untuk mendiskripsikan perencanaan, pelaksanaan, dan monitoring dalam memanajemen UD Candi Minimarket yang ada di desa Babadan, Kecamatan Karangrejo, Kabupaten Tulungagung.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Dalam identifikasi dan batasan masalah ini, peneliti membahas mengenai cakupan yang muncul di dalam penelitian, hal ini agar pembahasannya sesuai dengan tujuan yang dicapai yaitu mengenai fokus pada penelitian.

C. Sistematika Pembahasan

Dalam sistematika penulisan yang digunakan ini, penulis menyusun skripsi ini adalah sistematika laporan kualitatif disusun menjadi minimal 5 bagian yaitu:

1. BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdiri dari penjelasan konteks penelitian itu sendiri, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan

2. BAB II KAJIAN TEORI

Dalam bab ini menerangkan tentang kajian teori yang terdiri dari landasan teori, penelitian terdahulu serta kerangka konseptual

3. BAB III METODE PENELITIAN

⁵ <https://unmuhpnk.ac.id/ump-162-monitoring-dan-evaluasi#gsc.tab=0>, diakses pada tanggal 3 Juli.

Metode dalam bab ini pendekatan dan jenis penelitian, instrumen penelitian dan kehadiran peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

4. BAB IV PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan yang telah diperoleh, yang disajikan dengan topik sesuai dengan pertanyaan peneliti dan hasil analisis data.

5. BAB V PEMBAHASAN

Pada pembahasan ini hasil penelitian yang memuat hasil, dimana analisis penelitian dari teori-teori terdahulu kemudian mengkaitkan pola-pola, kategori-kategori, dan dimensi-dimensi.

6. BAB VI PENUTUP

Bab ini merupakan bab yang berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil data pada bab sebelumnya yang dijadikan satu masukan dari berbagai pihak yang berkepentingan.