

ANALISIS STRATEGIS PENJUALAN BARANG TERHADAP PROSPEK KEBUTUHAN PADA BIDANG BAHAN MAKANAN

Arianto Dangkeng¹ Nurfaisah²
Universitas Mega Buana Palopo
Email : ariantodangkeng@gmail.com
Email : Nurfaisah@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk analisis strategi penjualan yang digunakan oleh PT Tompotika Raya dalam menghadapi permintaan di bidang makanan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analitis dengan menggunakan metode kuantitatif dan juga kualitatif. Data didapatkan melalui melakukan survei, wawancara, dan studi dokumen. Menurut hasil penelitian, strategi penjualan yang berhasil melibatkan segmentasi pasar yang sesuai, penetapan harga bersaing, serta promosi kreatif dan kuat. Selain itu, penting juga untuk mengadaptasi perubahan kebutuhan konsumen dan tren pasar agar penjualan dapat meningkat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan menerapkan strategi penjualan yang tepat, PT Tompotika Raya memiliki potensi untuk memenuhi permintaan pelanggan dan mencapai kinerja perusahaan yang lebih baik secara keseluruhan.

Kunci : Penjualan dan Barang

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the sales strategy used by PT Tompotika Raya in facing the demand in the food sector. The approach used in this research is descriptive analytical using quantitative and qualitative methods. Data is obtained through conducting surveys, interviews, and document studies. According to the research results, a successful sales strategy involves appropriate market segmentation, competitive pricing, and creative and strong promotions. In addition, it is also important to adapt to changing consumer needs and market trends in order to increase sales. The results of this study show that by implementing the right sales strategy, PT Tompotika Raya has the potential to meet customer demand and achieve better overall company performance.

Key: Sales and Goods

1. PENDAHULUAN

Perkembangan industri bahan makanan di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cepat sejalan dengan peningkatan jumlah penduduk dan perubahan pola konsumsi oleh masyarakat. Sektor bahan makanan memegang peranan yang vital dalam memenuhi kebutuhan dasar masyarakat dan menjaga stabilitas ekonomi. Dalam hal ini, perusahaan seperti PT Tompotika Raya yang fokus pada distribusi bahan makanan memainkan peranan penting dalam menjamin ketersediaan dan distribusi bahan makanan berkualitas.

Perusahaan PT Tompotika Raya telah didirikan sejak tahun 2020 dan berkecimpung dalam industri bahan makanan. Fokus utama perusahaan ini adalah mendistribusikan serta menjual bahan makanan pokok, seperti beras, gula pasir, tepung, dan minyak goreng. Di tengah persaingan yang semakin ketat di industri ini, perusahaan harus mengadopsi strategi penjualan yang efisien agar dapat mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar. Untuk mencapai tujuan perusahaan, penting untuk menganalisis strategi penjualan barang dengan memahami dinamika pasar dan mengidentifikasi peluang serta ancaman yang ada. Dari hasil analisis tersebut, langkah-langkah tepat dapat dirumuskan.

Berbagai aspek bisnis, termasuk strategi penjualan di sektor bahan makanan, telah terpengaruh oleh perubahan dinamika pasar dan perilaku konsumen. Untuk tetap relevan dan kompetitif, PT Tompotikka Raya sebagai perusahaan distribusi bahan makanan harus beradaptasi dengan perubahan ini. Untuk mengembangkan strategi penjualan yang efektif dan dapat beradaptasi, dibutuhkan pemahaman mendalam tentang tren konsumen serta faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Peningkatan kesadaran konsumen terhadap kesehatan dan keamanan pangan semakin melonjak. Saat ini, konsumen lebih cermat dalam memilih makanan yang mereka konsumsi, dengan kecenderungan yang lebih kuat terhadap produk organik dan alami. Agar dapat menanggapi perubahan ini, PT Tompotikka Raya harus menghadirkan produk yang memenuhi preferensi konsumen dan tetap menjaga kualitas serta keamanan tingkat tinggi. Situasi ini menjadi suatu tugas yang menantang sekaligus kesempatan bagi perusahaan untuk memenuhi harapan pasar yang semakin kritis.

Dengan semakin meningkatnya kesadaran konsumen terhadap kesehatan dan kualitas pangan, permintaan atas produk organik dan alami terus bertambah. Sekarang, konsumen lebih cermat dalam memilih produk bahan makanan yang mereka beli dengan fokus pada keamanan dan kesehatan. Untuk menghadapi perubahan ini, PT Tompotikka Raya harus mampu menyesuaikan produknya dengan preferensi konsumen dan memberikan jaminan tentang kualitas serta keamanannya yang tinggi.

Untuk dapat bersaing dengan ketat dalam industri bahan makanan, PT Tompotikka Raya harus terus melakukan inovasi dan meningkatkan daya saingnya. Di samping berkompetisi dengan perusahaan-perusahaan besar, PT Tompotikka Raya juga dihadapkan pada persaingan dari usaha-usaha kecil dan menengah yang menghadirkan produk-produk unik dan inovatif. Dengan melakukan analisis strategis, perusahaan dapat mengenali kekuatan dan kelemahan pesaingnya, serta menemukan peluang pasar yang belum dioptimalkan untuk mempertahankan posisi mereka di pasaran.

Pemanfaatan teknologi dalam operasional perusahaan menjadi faktor kunci dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas penjualan. PT Tompotikka Raya perlu mengadopsi teknologi canggih seperti sistem manajemen rantai pasokan, analitik data, dan automasi untuk meningkatkan proses distribusi dan pelayanan kepada konsumen. Teknologi ini tidak hanya membantu mengurangi biaya operasional, tetapi juga meningkatkan kecepatan dan akurasi dalam memenuhi permintaan konsumen.

Analisis strategis penjualan merupakan langkah penting yang harus dilakukan oleh PT Tompotikka Raya untuk merumuskan dan mengimplementasikan strategi yang tepat. Melalui analisis ini, perusahaan dapat memahami secara mendalam kebutuhan dan preferensi konsumen, menyesuaikan produk dan layanan yang ditawarkan, serta mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat daya saingnya di pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penjualan yang diterapkan oleh PT Tompotikka Raya dalam memenuhi prospek kebutuhan konsumen di bidang bahan makanan. Penelitian ini akan mengidentifikasi tantangan yang dihadapi perusahaan serta peluang yang dapat dimanfaatkan. Dengan menganalisis data yang relevan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan rekomendasi strategis yang dapat diimplementasikan oleh PT Tompotikka Raya untuk meningkatkan kinerja penjualannya.

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pengumpulan data primer dan sekunder. Data primer akan diperoleh melalui wawancara dan survei dengan

kepala Depo dan konsumen PT Tompotikka Raya, sedangkan data sekunder akan diperoleh dari laporan tahunan perusahaan, publikasi industri, dan sumber-sumber lain yang relevan. Analisis data akan dilakukan untuk mengidentifikasi tren, tantangan, dan peluang yang ada, sehingga dapat memberikan wawasan yang berguna bagi PT Tompotikka Raya dalam mengembangkan strategi penjualan yang lebih efektif dan efisien.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penjualan

Penjualan adalah transaksi perdagangan yang dilakukan oleh paling sedikit dua belah pihak menggunakan metode pembayaran yang sah. Proses penjualan melibatkan upaya mendapatkan orang untuk membeli produk atau jasa, baik dengan melakukan promosi maupun secara langsung. Tujuannya utamanya adalah memperoleh laba atau keuntungan dari produk yang ia jual. Berbagai faktor yang memengaruhi kegiatan jual beli adalah kondisi dan kemampuan penjual, kondisi pasar, serta jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan. Beberapa para ahli mendefinisikan pengertian penjualan, yaitu diantaranya :
:Beberapa para ahli mendefinisikan pengertian penjualan, yaitu diantaranya :

oekijat: Penjualan melibatkan mencari pembeli, mempengaruhi mereka, memberikan panduan agar mereka dapat menyesuaikan kebutuhan dengan produk yang ditawarkan serta melakukan perjanjian harga yang menguntungkan kedua belah pihak.

Alex Nitisemito dan Winardi: Faktor di luar perusahaan, seperti perkembangan ekonomi global, persaingan pasar, kebijakan pemerintah dan tren sosial-ekonomi masyarakat, memiliki pengaruh terhadap penjualan. Beberapa faktor yang mempengaruhi kesuksesan perusahaan meliputi kapasitas produksi, tanggapan positif konsumen terhadap produk, dan kebijakan harga yang tepat.

Sumiyati dan Yatimatun: Penjualan merupakan proses pembelian barang atau jasa oleh satu pihak dari pihak lainnya dengan imbalan berupa uang. Tujuan penjualan adalah memperoleh profit atau keuntungan melalui hasil produksi barang yang terkelola dengan efisien.

2.2 Prospek Kebutuhan

Prospek Kebutuhan dapat didefinisikan sebagai gambaran yang terperinci mengenai peluang dan risiko dalam aktivitas pemasaran dan penjualan di masa depan. Dalam konteks bisnis, prospek kebutuhan merujuk pada individu atau kelompok yang memiliki potensi besar untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Prospek ini memberikan peluang yang sangat besar bagi keuntungan para pebisnis. Keberhasilan suatu usaha dipengaruhi oleh faktor-faktor internal seperti pengelolaan, tenaga kerja, modal, tingkat teknologi. Selain itu, perkembangan sarana transportasi dan komunikasi juga mempengaruhi keberhasilannya.

Ada beberapa cara untuk menemukan prospek, seperti meminta rekomendasi dari kolega atau mencari di jaringan pertemanan. Selain itu, kamu juga bisa mengamati secara langsung dan menggunakan sumber daya teknologi seperti LinkedIn serta Google. Untuk mengelola prospek agar menjadi pelanggan, diperlukan pemahaman tentang target pasar, mentransfer prospek ke tahap pemasaran, dan menetapkan batas waktu untuk pengambilan keputusan.

2.2 Pengertian Bidang

Bidang terbentuk oleh serangkaian garis yang saling terhubung, membentuk sebuah permukaan datar. Dalam bidang geometri, terdapat beragam bentuk dan ukuran yang dapat dimiliki oleh sebuah objek seperti kubus, segitiga, dan lingkaran. Selain itu, istilah "bidang"

juga bisa merujuk pada area pekerjaan atau aspek spesifik dari suatu disiplin ilmu atau pengetahuan. Selain itu, dalam dunia bisnis juga terdapat penggunaan istilah bidang untuk menggambarkan jenis pekerjaan atau bagian-bagian tertentu dari sebuah industri atau pengetahuan.

2.4 Perusahaan

Perusahaan adalah tempat di mana terjadi aktivitas produksi dan faktor-faktor produksi barang dan jasa berkumpul. Terdapat perusahaan yang terdaftar di pemerintah dan ada juga yang tidak. Perusahaan yang terdaftar di pemerintah memiliki badan usaha untuk operasional perusahaannya. Perusahaan ini memiliki status badan usaha yang terdaftar secara resmi di pemerintah.

Perusahaan berfungsi sebagai tempat di mana kegiatan produksi barang atau jasa dilakukan. Semua faktor produksi, termasuk tenaga kerja, modal, sumber daya alam, dan kewirausahaan berkumpul dalam sebuah perusahaan. Perusahaan merupakan lembaga hukum yang didirikan oleh individu atau kelompok tertentu dengan tujuan melakukan kegiatan usaha komersial atau industri. Tujuan utama perusahaan adalah memperoleh keuntungan melalui penjualan produk atau jasa kepada konsumen. Di samping itu, perusahaan juga memiliki tujuan untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat, menciptakan peluang kerja, menyediakan produk atau jasa yang berkualitas tinggi, berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, dan memperluas cakupan pasar.

Terdapat dua unsur utama yang sangat penting dalam mendirikan sebuah perusahaan, yaitu struktur perusahaan dan jenis usaha. Terdiri dari perusahaan perseorangan, UKM, CV atau PT, sementara jenis usahanya bisa dalam bentuk konveksi, otomotif atau kuliner. Di Indonesia, terdapat berbagai jenis perusahaan yang dikenal, baik yang memiliki status badan hukum maupun tidak. PT adalah salah satu contoh bentuk perusahaan yang berbadan hukum, sedangkan ada juga perusahaan perseorangan, firma, dan persekutuan komanditer sebagai alternatif yang tidak memiliki badan hukum. Ada dua jenis perusahaan, yaitu perusahaan barang dan perusahaan jasa. Di samping itu, ada juga jenis perusahaan lain yang kurang dikenal oleh masyarakat seperti persekutuan atau serikat dagang.

3. METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Penelitian Mini Riset ini berjudul "Analisis Strategis Penjualan Barang Terhadap Prospek Kebutuhan Pada Bidang Bahan Makanan Perusahaan PT Tompotika Raya" menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, yang memiliki beberapa perbedaan karakteristik dengan penelitian kuantitatif. Dalam hal ini, penelitian kualitatif lebih memusatkan perhatian pada pengumpulan data yang bersifat deskriptif dan tidak bertujuan untuk mengukur atau menghitung variabel-variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini umumnya digunakan metode wawancara, pengamatan, serta analisis teks agar dapat mengumpulkan data dengan lebih mendetail dan dalam konteks yang lebih lengkap. Selain itu, penelitian kualitatif juga memberikan keleluasaan kepada peneliti untuk menyesuaikan pendekatan dan metode yang digunakan dengan mengikuti temuan dan kebutuhan selama proses penelitian.

Dalam penelitian ini, data akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan Kepala Depo PT Tompotikka Raya dan juga pengamatan langsung terhadap produk dan proses produksi mereka. Data yang telah diperoleh akan dijalani analisis dengan

menggunakan teknik analisis teks serta kategori-kategori yang sudah ditetapkan sebelumnya. Penelitian ini akan memberikan gambaran yang lebih terperinci mengenai hubungan antara analisis strategis penjualan barang dengan prospek kebutuhan pada industri bahan makanan di PT Tompotika Raya.

B. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data kualitatif yang dapat digunakan dalam skripsi dengan judul "Analisis strategis penjualan barang terhadap prospek kebutuhan pada bidang bahan makanan perusahaan PT Tompotika Raya" adalah sebagai berikut: Teknik pengumpulan data kualitatif yang dapat digunakan dalam skripsi dengan judul "Analisis strategis penjualan barang terhadap prospek kebutuhan pada bidang bahan makanan perusahaan PT Tompotika Raya" adalah sebagai berikut:

Wawancara:

Wawancara adalah salah satu metode pengumpulan data yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Peneliti berencana untuk melakukan wawancara mendalam dengan Pimpinan PT Tompotikka Raya, yaitu manager perusahaan tersebut di kota Palopo. Wawancara ini dilakukan guna mengumpulkan informasi tentang penjualan barang-barang makanan kepada masyarakat dan kebutuhan mereka terkait bahan makanan yang dig Untuk memastikan bahwa semua informasi yang diperlukan dapat didapatkan, wawancara sebaiknya mengacu pada pedoman yang telah disusun sebelumnya.

Observasi:

Melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas dan situasi yang berhubungan dengan penelitian disebut sebagai observasi, dimana teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini, peneliti akan secara langsung mengamati proses stok barang dan proses penjualan di perusahaan PT Tompotika Raya. Dalam melakukan observasi ini, identifikasi tujuan riset digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan pasar serta memahami preferensi konsumen terhadap bahan makanan. Selain itu, data juga dikumpulkan melalui observasi pasar yang mengamati perilaku konsumen di pasar dan interaksi mereka dengan produk. Setelah itu, analisis Selain itu, melakukan analisis tren juga melibatkan penggunaan data historis untuk mengidentifikasi pola penjualan dan kebutuhan pasar.

Dokumentasi:

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan pengambilan dokumen atau catatan yang berhubungan dengan penelitian. Peneliti dalam penelitian ini memiliki kemampuan untuk mengumpulkan berbagai dokumen dari PT Tompotika Raya, seperti laporan keuangan, catatan produksi, serta dokumen pemasaran. Dokumen ini dapat memberikan informasi yang lebih rinci tentang strategi penjualan barang dan bagaimana hal itu berkaitan dengan kebutuhan bahan makanan.

C. Lokasi dan waktu penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan adalah di Perusahaan PT Tompotika Raya di Kecamatan mungkajang, Kota palopo dan waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli untuk melakukan survey lapangan dan pengumpulan data yang dibutuhkan oleh pen

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Bab ini mengulas temuan penelitian serta informasi lain yang telah dikumpulkan tentang "Analisis strategis penjualan barang dan prospek kebutuhan di sektor bahan makanan di PT Tompotika Raya". Diharapkan bahwa hasil penelitian ini juga akan memberikan gambaran yang terperinci tentang kondisi penjualan saat ini dan perkiraan kebutuhan di masa mendatang.

Adapun pemaparan hasil penelitian serta wawancara di perusahaan PT Tompotika Raya ialah sebagai berikut :

1. Analisis Penjualan Barang

a. Tren Penjualan

Data penjualan menunjukkan bahwa penjualan bahan makanan mengalami kenaikan yang cukup besar selama periode studi. Secara total, terjadi peningkatan rata-rata 10% dalam penjualan setiap tahun. Peningkatan ini terjadi karena permintaan pasar yang semakin tinggi dan strategi pemasaran yang berhasil.

b. Segmen Pasar

PT Tompotika Raya menjual bahan makanan di berbagai segmen pasar, dengan rumah tangga dan restoran/kafe menjadi segmen yang paling utama. Penjualan di segmen rumah tangga terus meningkat dengan stabil, namun penjualan di segmen restoran/kafe sangat dipengaruhi oleh kondisi ekonomi dan tren konsumen yang fluktuatif.

c. Produk Terlaris

Selama periode penelitian, beras, gula, dan minyak goreng menjadi produk yang paling banyak diminati. Produk-produk ini berkontribusi lebih dari 60% terhadap total penjualan. Kebutuhan tinggi terhadap produk-produk tersebut disebabkan oleh faktor harga yang bersaing dan jaminan kualitas yang diberikan.

2. Prospek Kebutuhan Bahan Makanan

a. Proyeksi Permintaan

Menurut analisis data dan wawancara dengan pakar, diperkirakan permintaan bahan makanan akan terus meningkat di masa mendatang. Penambahan populasi dan perubahan pola konsumsi yang lebih sehat berperan sebagai faktor utama dalam mendorong permintaan akan bahan makanan.

b. Faktor-faktor Pendukung

Beberapa faktor yang mendukung peningkatan prospek kebutuhan bahan makanan antara lain:

- Pertumbuhan Ekonomi: Daya beli masyarakat mengalami peningkatan yang positif berkat pertumbuhan ekonomi yang stabil di Indonesia.
- Perubahan Gaya Hidup: Permintaan bahan makanan berkualitas tinggi meningkat berkat kesadaran yang ditingkatkan tentang pentingnya pola makan sehat di kalangan masyarakat.
- Inovasi Produk: Permintaan meningkat berkat adanya inovasi dalam produk bahan makanan, seperti makanan organik dan makanan siap saji sehat.

3. Strategi Penjualan yang Direkomendasikan

Berdasarkan hasil analisis, beberapa strategi penjualan yang direkomendasikan untuk PT Tompotika Raya adalah:

- Diversifikasi Produk: Menambah variasi produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin beragam.
- Peningkatan Kualitas Layanan: Meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan melalui pelatihan staf dan penggunaan teknologi.
- Pengembangan Pemasaran Digital: Memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan jangkauan pemasaran dan penjualan.
- Kerjasama dengan Mitra: Menjalin kerjasama dengan mitra strategis seperti supermarket, restoran, dan platform e-commerce.

B. Hasil Wawancara dengan Kepala Depo PT Tompotika Raya

Nama Kepala Depo: Ibu Salce Sudik, ST

Jabatan: Kepala Depo / Kepala Gudang PT Tompotika Raya

Tanggal Wawancara: 24 Juli 2024

Adapun hasil wawancara dengan manager perusahaan PT Tompotika Raya serta data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data penjualan bulanan PT Tompotika Raya selama periode 2020-2023, data kebutuhan bahan makanan dari hasil wawancara dengan manager perusahaan PT Tompotika Raya.

1. Bagaimana kondisi penjualan bahan makanan di PT Tompotika Raya dalam tiga tahun terakhir

"Penjualan bahan makanan di PT Tompotika Raya dalam tiga tahun terakhir menunjukkan tren yang positif. Pada tahun 2021, penjualan meningkat sebesar 8% dibandingkan tahun sebelumnya, kemudian pada tahun 2022 terjadi peningkatan sebesar 10%, dan pada tahun 2023 penjualan kembali meningkat sebesar 12%. Peningkatan ini didorong oleh strategi pemasaran yang lebih agresif dan peningkatan kualitas produk yang kami tawarkan."

5. Produk apa saja yang paling laris di PT Tompotika Raya?

Ibu Salce Sudik, ST

"Produk yang paling laris di PT Tompotika Raya adalah beras, gula, dan minyak goreng. Ketiga produk ini selalu menjadi andalan karena permintaan pasar yang tinggi dan kualitas yang kami jaga dengan baik. Selain itu, produk-produk ini juga memiliki margin keuntungan yang cukup baik."

3. Apa faktor utama yang mempengaruhi penjualan produk bahan makanan di PT Tompotika Raya?

Ibu Salce Sudik, ST:

"Ada beberapa faktor utama yang mempengaruhi penjualan produk bahan makanan di perusahaan kami. Pertama, harga yang kompetitif. Kami selalu berusaha untuk menawarkan harga yang bersaing tanpa mengorbankan kualitas. Kedua, ketersediaan

produk. Kami memastikan bahwa produk kami selalu tersedia di pasar sesuai permintaan. Ketiga, layanan pelanggan. Kami selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, termasuk pengiriman tepat waktu dan respons yang cepat terhadap keluhan."

4. Bagaimana prospek kebutuhan bahan makanan di masa depan menurut Anda?

Ibu Salce Sudik, ST:

"Prospek kebutuhan bahan makanan di masa depan sangat cerah. Dengan pertumbuhan penduduk yang terus meningkat dan kesadaran masyarakat akan pentingnya pola makan sehat, permintaan bahan makanan diprediksi akan terus meningkat. Kami juga melihat tren peningkatan permintaan untuk produk-produk organik dan sehat, yang memberikan peluang besar bagi perusahaan kami untuk terus berkembang."

5. Apa strategi yang akan diterapkan oleh PT Tompotika Raya untuk meningkatkan penjualan di masa depan?

Ibu Salce Sudik, ST:

Untuk meningkatkan penjualan di masa mendatang, kami memiliki beberapa strategi yang akan kami terapkan. Yang pertama adalah memperluas variasi produk dengan menambahkan lebih banyak pilihan produk organik dan sehat. Selanjutnya, kami juga akan fokus pada peningkatan kualitas layanan dengan memberikan pelatihan kepada staf

6. Apa tantangan utama yang PT Tompotika Raya hadapi dalam menjual produk bahan makanan?

Ibu Salce Sudik, ST:

Salah satu masalah utama yang kami hadapi adalah persaingan sengit di pasar bahan makanan. Ada banyak pesaing lain yang menawarkan produk serupa dengan harga bersaing. Selain itu, fluktuasi harga bahan baku juga menjadi tantangan tersendiri karena bisa berdampak pada harga jual produk kami. Nam

7. Bagaimana pandangan Anda mengenai kemajuan perusahaan di masa mendatang?

Ibu Salce Sudik, ST:

Kami berharap PT Tompotika Raya terus tumbuh dan menjadi pemasok utama di industri makanan. Dengan fokus kami pada kualitas, inovasi, dan kepuasan pelanggan, saya yakin kita dapat mencapai target tersebut. Selain itu, harapan kami adalah memberikan dampak positif bagi masyarakat dengan menyediakan produk-produk berkualitas tinggi yang memenuhi kebutuhan konsumen."

PT Tompotika Raya menunjukkan hasil penelitian yang menyatakan bahwa mereka memiliki prospek yang cerah dalam penjualan bahan makanan. Perusahaan memiliki peluang besar untuk terus berkembang berkat adanya peningkatan permintaan dan perubahan pola konsumsi masyarakat. Kesuksesan perusahaan dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada sangat bergantung pada bagaimana strategi penjualannya diimplementasikan dengan tepat.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perusahaan ini memiliki tren penjualan yang positif selama periode penelitian, PT Tompotika Raya mencatat adanya tren peningkatan yang signifikan dalam penjualan bahan makanan. Beras, gula, dan minyak goreng adalah beberapa produk utama yang paling banyak dijual oleh perusahaan. Pada segmen pasar yang potensial rumah tangga dan restoran/kafe menjadi segmen pasar yang utama bagi PT Tompotika Raya. Dua segmen ini menunjukkan prospek yang cerah dalam hal pertumbuhan, terutama dikarenakan kesadaran masyarakat yang semakin tinggi akan pentingnya pola makan sehat dan permintaan bahan makanan berkualitas tinggi.

Terdapat juga faktor-faktor pendukung penjualan penjualan dapat meningkat secara signifikan dengan adanya faktor-faktor diantaranya :

1. **Harga yang bersaing**, ketersediaan produk yang terjamin, serta memberikan layanan pelanggan yang memuaskan.
2. **Peningkatan dalam inovasi produk dan strategi pemasaran**, yang telah berhasil juga memainkan peran utama dalam meningkatkan volume penjualan.]
3. **Prospek kebutuhan bahan makanan yang cerah**, perkiraan kebutuhan bahan makanan di masa mendatang sangat menggembirakan. Faktor-faktor yang mendorong prospek ini adalah pertumbuhan penduduk, peningkatan daya beli masyarakat, dan perubahan pola konsumsi ke arah yang lebih sehat.
4. **Strategi penjualan yang direkomendasikan**, agar dapat memanfaatkan peluang yang ada, PT Tompotika Raya perlu melaksanakan beberapa strategi penjualan yang direkomendasikan seperti diversifikasi produk, meningkatkan kualitas layanan, mengembangkan pemasaran digital serta menjalin kerjasama dengan mitra strategis. Tantangan yang dihadapi PT Tompotika Raya dihadapkan pada tantangan besar dalam menghadapi persaingan sengit di pasar bahan makanan serta fluktuasi harga bahan baku. Agar bisa menghadapi tantangan ini, perusahaan perlu terus melakukan inovasi dan memperbaiki strategi bisnisnya.

Secara umum, PT Tompotika Raya memiliki masa depan yang menjanjikan dalam bidang penjualan bahan makanan. Jika perusahaan ini menerapkan strategi yang tepat dan berkomitmen pada kualitas produk, maka akan terus mengalami perkembangan dan meningkatkan pasarannya.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan pada uraian sebelumnya terkait analisis strategis penjualan barang pada prospek kebutuhan pada bidang bahan makanan perusahaan PT Tompotika Raya, maka penulis menyarankan hal-hal sebagai berikut.

1. **Diversifikasi Produk:** PT Tompotika Raya disarankan untuk terus melanjutkan pengembangan ragam produk, khususnya produk-produk organik dan sehat yang saat ini sedang diminati oleh masyarakat.
2. **Peningkatan Kualitas Layanan:** Perusahaan harus terus memperbaiki kualitas layanan kepada pelanggan dengan memberikan pelatihan pada staf dan meningkatkan sistem logistik.
3. **Optimalisasi Pemasaran Digital:** Gunakanlah platform digital dengan sebaik-baiknya dalam rangka memasarkan dan menjual produk, seperti melalui media sosial dan e-commerce, agar bisa mencapai lebih banyak pelanggan.

4. **Pengembangan Kerjasama Strategis:** Melakukan kolaborasi dengan rekan bisnis seperti supermarket, restoran, maupun platform e-commerce guna meluaskan cakupan pasar kami.
5. **Pengelolaan Risiko Harga Bahan Baku:** Untuk mengurangi dampak fluktuasi harga bahan baku, ada beberapa strategi pengelolaan risiko yang bisa dikembangkan. Salah satunya adalah melakukan kontrak jangka panjang dengan pemasok agar harga terkunci dalam periode tertentu. Selain itu, opsi lainnya adalah melakukan hedging untuk melindungi diri dari

Diharapkan Perusahaan PT Tompotika Raya dapat terus berkembang dan mengoptimalkan potensi penjualannya di masa depan dengan mematuhi saran-saran tersebut.

7. Daftar Pustaka

Afrianto, A. (2023). Analisis Potensial dan Peluang Pengembangan Wilayah dalam Kerangka Pembentukan Daerah Otonomi Baru. *Management and Accounting Research Statistics*, 3(2), 26-45.

Dangkeng, A., Ramli, M., & Nurfaishah, N. (2023). Cost of Production to Determine Selling Price in Gowa Jaya Cake. *INVOICE: JURNAL ILMU AKUNTANSI*, 5(1), 17-23.

Dangkeng, A., & Ramli, M. (2022). Treatment Of Zakat Accounting At The National Zakat Amil Body (Baznas) In Bantaeng Regency. *Jurnal Ar-Ribh*, 5(1)

Elkhori, N. E. M., & Budianto, E. W. H. (2024). Dampak Kecerdasan Emosional, Self-Efficacy, dan Kompetensi terhadap Kinerja Karyawan: Analisis pada Bank BTN KCS Malang dengan Mediasi Kepuasan Kerja. *JURNAL DIMENSI*, 13(2), 468-478. <https://doi.org/10.33373/dms.v13i2.6338>

Mariana, L., & Ramli, M. (2022). The Effect of Communication and Motivation on Employee Performance at PT. Federal International Finance (FIFGROUP) Hertasing Post. *Economos: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(3), 259-267. <https://doi.org/10.31850/economos.v5i3.2051>

Prabaswara, B. A., & Piliyanto, E. A. (2024). Pengaruh Sistem Reward Dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan. *Global Leadership Organizational Research in Management*, 2(1), 143-151. <https://jurnal.stikes-ibnusina.ac.id/index.php/GLORY/article/view/778>

Ramli, M. (2019). Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Pendapatan Pengrajin Tenun Di Desa Bira Kecamatan Bontobahari Kabupaten Bulukumba. *Economix*, 7(2), 96-107.

Ramli, M. (2022). The Effect of Household Consumption and Government Expenditure on Economic Growth in South Sulawesi 2016-2020 Periode. *Invoice: Jurnal Ilmu Akuntansi*, 4(1), 83-99.

Ramli, M., & Dangkeng, A. (2022). Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Pdam Kabupaten Bantaeng. *Jurnal Metaverse ADPERTISI*, 1(1), 12-20. <https://jurnal.adpertisi.or.id/index.php/jma/article/view/266>

Ramli, M., & Nurdin, N. (2020). Pengaruh Kecerdasan Intelektual, Kemampuan Fisik Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja Pegawai Spripim Polda Sulawesi Selatan. *Jurnal Ilmu Manajemen Profitability*, 4(1), 78-84.

Ramli, M., & Sarda, S. (2021). The Effect Of Leadership Style And Motivation On Performance Of Bank Btpn Employees, Sungguminasa Branch, Gowa Regency. *Jurnal Ilmu Manajemen Profitability*, 5(2), 285-301.

Ramli, M., Dangkeng, A., Pertiwi, H., & Fausiah, R. (2023). Analysis of Factors Affecting Income and Order Levels of Online Motorcycle Taxis During the Pandemic Case Study of Grab And Gojek Online Ojek Drivers In palopo City. *Jurnal Ilmu Manajemen Profitability*, 7(1), 134-138.

Ramli, M., Dangkeng, A., Sudirman, N., & Wijaya, H. (2019). Pengaruh Reward Dan Punishment Terhadap Peningkatan Disiplin Kerja Karyawan Pada PT. London Sumatera (Perusahaan Ekspor Karet) Di Bulukumba. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, 2(1), 8-16. <https://ojs.unsulbar.ac.id/index.php/mandar/article/view/544>

Ramli, M., Ichsan, N., & Pirman, P. (2022). The Effect of Production Costs on Weaving Craftsmen's Income During the Covid 19 Pandemic. *Jurnal Ekonomi Balance*, 18(2), 208-220.

Ramli, M., Marsuni, N. S., & Ismawati, I. (2023). The Influence of Economic Literacy Proficiency and Financial Literacy on Business Performance in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the Hanggar Talasalapang Area, Makassar. *Economos: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(3), 233-246. <https://doi.org/10.31850/economos.v6i3.2543>

Rifqiansyah, R., Munir, R., & Afrianto, A. (2023). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah. *Management and Accounting Research Statistics*, 3(2), 87-109