

# WORKSHEET: Jurnal Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa  
ISSN (Print): 2808 – 8557 ISSN (Online): 2808 – 8573  
Volume.3 Nomor.1, November 2023

---

---

## ANALISIS STRATEGI PENJUALAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN BARANG DIMASAPENDEMI COVID-19 PADA PT. ANDALAN BINTANG SAMPALI

Rongga Silitonga <sup>1\*)</sup>; Dewi Wahyuni <sup>2)</sup>

- 1). Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dharmawangsa  
email: [ronggasilitong23@gmail.com](mailto:ronggasilitong23@gmail.com)
- 2). Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dharmawangsa  
email: [dewi.wahyuni@dharmawangsa.co.id](mailto:dewi.wahyuni@dharmawangsa.co.id)

\*Corresponding email: [dewi.wahyuni@dharmawangsa.co.id](mailto:dewi.wahyuni@dharmawangsa.co.id)

---

### *Abstract*

*To create a sales strategy for PT. Andalan Bintang Sampali must know the appropriate market share during Covid-19, and be accompanied by customer needs. If PT. Andalan Bintang Sampali implements a strategy to sell goods that is not in line with market share, so what has been done could be in vain. And things like that must be avoided, because the strategy for selling goods is useful for increasing sales volume. The problem in this research is to analyze the strategy for selling goods in increasing sales during the Covid-19 pandemic at PT. Mainstay Bintang Sampali. The type of research used is descriptive research, namely research carried out by collecting, compiling, analyzing and designing strategies for selling goods to increase sales during the Covid-19 pandemic at PT. Mainstay Bintang Sampali. The results of the research concluded that the strategy for selling goods is through components products implemented very well by PT. Bintang Sampali's mainstay in increasing sales volume during the Covid-19 pandemic is by selling goods that are complete needs of the community in building houses. The strategy of selling goods through price components is implemented very well by PT. Bintang Sampali's mainstay in increasing sales volume during the Covid-19 pandemic is by providing the best prices that can be reached by all groups, and always providing attractive promotions every day. The strategy of selling goods through distribution channels is implemented very well by PT. Bintang Sampali's mainstay in increasing sales volume during the Covid-19 pandemic is by choosing a place or location based on the strategic location so that it is easily accessible to consumers, and based on the stock capacity of goods. Highways with easy access, spacious parking lots and spacious goods warehouses making it easier for company operations to distribute goods ordered by consumers.*

**Keyword:** *Strategy, Sales, Covid -19*

### PENDAHULUAN

Awal tahun 2020, masyarakat digemparkan dengan kemunculan virus *corona* yang berasal dari Wuhan. Virus ini kemudian mulai menyebar ke berbagai negara, termasuk Indonesia, maka berbagai negara di dunia mulai menerapkan *lockdown* untuk memutus rantai penyebaran virus. Pembatasan kegiatan di luar rumah tentunya membawa dampak yang besar bagi sektor perekonomian dan perdagangan. Pandemi Covid-19 membawa perubahan dan dampak yang besar bagi pelaku bisnis. Mengingat tujuan dasar dalam mendirikan perusahaan

# WORKSHEET: Jurnal Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa  
ISSN (Print): 2808 – 8557 ISSN (Online): 2808 – 8573  
Volume.3 Nomor.1, November 2023

---

atau menjalankan usaha adalah mendapatkan laba semaksimal mungkin, untuk mampu mencapai tujuan itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan produk yang dijualnya. Agar produk yang di pasarkan dapat berhasil maka perusahaan harus menggunakan konsep pemasaran yang meliputi manfaat, mutu atau kualitas dan kepuasan antara kebutuhan dengan keinginan, sehingga perusahaan akan memperoleh target penjualan yang diinginkan.

Kegiatan promosi yang kurang tepat dapat menurunkan volume penjualan, tetapi apabila kegiatan promosi ini dijalankan sesuai dengan strategi dan pertimbangan yang baik maka akan memberidampak terhadap peningkatan volume penjualan. Dunia bisnis saat ini, erat kaitannya dengan penjualan karena penjualan memiliki peran dalam membangun hubungan baik antara perusahaan dan konsumen. Selain itu penjualan merupakan langkah awal untuk mempromosikan produk barang atau jasa kepada masyarakat guna mendapatkan keuntungan atau laba yang menjadi tujuan perusahaan itu sendiri.

Dalam mempromosikan produk tentunya penting sekali perusahaan memperhatikan strategi apa saja yang akan dilakukan, agar menarik masyarakat untuk membeli produknya. Penjualan merupakan suatu kegiatan terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan konsumen atau pembeli, guna untuk mendapatkan penjualan yang menghasilkan keuntungan atau laba. Definisi penjualan adalah suatu kegiatan transaksi yang dilakukan oleh dua belah pihak atau lebih dengan menggunakan alat pembayaran yang sah.

Penjualan juga merupakan salah satu sumber pendapatan seseorang atau suatu perusahaan yang melakukan transaksi jual dan beli, dalam suatu perusahaan apabila semakin besar penjualan maka akan semakin besar pula pendapatan yang diperoleh seseorang atau perusahaan tersebut. Banyak hal yang dapat dilakukan untuk menyusun strategi penjualan mulai dari menentukan target pasar, melakukan *branding* dengan baik, *customer relationship management*, promosi, dan lain lain. Pada masa pandemi Covid-19 seperti sekarang ini banyak perusahaan di Indonesia mengalami kesulitan dalam mencapai tujuannya, salah satu dampaknya yaitu tidak dapat bertemu konsumen secara langsung. Ini mengakibatkan perusahaan harus menyusun berbagai strategi baru untuk menjual produknya tanpa harus bertemu dengan konsumen secara langsung, walaupun sedikitnya bisa bertemu dengan konsumen secara langsung tetapi tetap harus dibatasi.

Maka dari itu semua perusahaan pasti menyusun berbagai strategi baru guna mempertahankan penjualannya agar tetap dapat terjual walaupun sedang dihadapkan pandemi Covid-19. Salah satu yang dialami PT. Andalan Bintang Sampali yang datang rata-rata yang datang ke gudang untuk melakukan pemesanan barang 30 menjadi 10 pelanggan, dikarenakan orang takut keluar rumah karena terjangkit Covid-19, sehingga menyebabkan menurunnya laba perusahaan PT. Andalan Bintang Sampali, selain itu banyaknya perusahaan yang memutuskan kontrak kerja para karyawannya, salah satunya perusahaan Medan Canning yang terletak didalam Kawasan Industri Medan, berdasarkan wawancara dengan Putri Rosalima selaku karyawan PT. Medan Canning terdapat 50 karyawan yang telah diputus kontrak kerjanya sehingga menyebabkan penurunan pendapatan masyarakat dan berakibat

# WORKSHEET: Jurnal Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa  
ISSN (Print): 2808 – 8557 ISSN (Online): 2808 – 8573  
Volume.3 Nomor.1, November 2023

---

---

kurangnya minat masyarakat khususnya sekitar Jalan Sampali kurang berminat untuk membangun atau merenovasi rumah mereka.

Selain itu, kurangnya strategi PT. Andalan Bintang Sampali dalam mempromosikan barang dagangannya ini masih menggunakan strategi yang sama sebelum adanya Covid-19, Banyak upaya yang dilakukan PT. Andalan Bintang Sampali dalam meningkatkan hasil penjuallah satunya dengan memasang iklan baik di media sosial maupun secara langsung. Strategi penjualan juga dapat dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat, kegiatan pemasaran merupakan suatu kebutuhan utama suatu perusahaan dan sudah merupakan keharusan untuk dijalankan.

Setiap perusahaan harus pandai membaca situasi pasar sekarang dan dimasa yang akan datang. Artinya, perusahaan harus cepat tanggap mengenai apa yang akan diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen, kemudian kapan dan dimana akan dibutuhkan. Untuk mendukung kegiatan strategi penjualan dibutuhkan suatu sistem penjualan agar dapat memperlancar serta mempermudah proses pengolahan data transaksi penjualan, sehingga peningkatan penjualan merupakan hal yang sangat diharapkan oleh perusahaan. PT. Andalan Bintang Sampali merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam bidang penjualan material bahan bangunan.

PT. Andalan Bintang Sampali menghadapi persaingan yang cukup ketat dan kompetitif dengan usaha-usaha material lainnya, sehingga menjadikan pelanggan lebih memiliki banyak pilihan sebagai tempat mereka berbelanja. Agar PT. Andalan Bintang Sampali dapat bertahan dan berkembang harus dapat menciptakan sistem penjualan dalam hal pemasaran agar dapat menarik perhatian dan minat dari pelanggan. Adanya pandemi Covid-19 ini menimbulkan adanya perubahan pola pembelian konsumen. Apalagi untuk bisnis produk PT. Andalan Bintang Sampali, biasanya konsumen sering keluar masuk perusahaan untuk membeli produk bangunan. Namun pada masa pandemi saat ini kebiasaan tersebut terpaksa hilang untuk membatasi penyebaran Covid-19 ini, salah satunya masyarakat sebagai konsumen untuk berada di dalam rumah sesuai anjuran pemerintah.

Hal ini berdampak adanya ketidakstabilan atau adanya peningkatan dan penurunan pada penjualan produk PT. Andalan Bintang Sampali dikarenakan berkurangnya konsumen untuk datang ke perusahaan untuk membeli produk. Oleh sebab itu untuk mengatasi masalah tersebut, pihak perusahaan harus dapat menerapkan sistem penjualan yang tepat sesuai dengan kondisi saat ini agar dapat bersaing dan meningkatkan penjualan sehingga dapat memepertahankan bisnisnya. Sistem penjualan pada masa pandemi sangat penting dalam memasarkan produk, segmentasi pasar, sasaran, dan posisi pasar yang dilakukan tidak akan berjalan sesuai dengan yang diharapkannya, jika tidak diikuti dengan rencana yang telah disiapkan perusahaan. Berdasarkan fenomena yang terjadi di mana dalam masa Covid-19, PT. Andalan Bintang Sampali mengalami penurunan dalam penjualan produk disebabkan konsumen enggan untuk datang ke perusahaan untuk menghindari dari paparan virus Covid-19, untuk dilakukan sebuah penelitian mengenai sistem penjualan untuk meningkatkan penjualan. Jika sistem penjualan yang dilakukan efektif dan tepat, konsumen tidak akan berpikir panjang dalam melakukan pembelian. Sehingga konsumen akan terus membeli produk PT. Andalan Bintang

# WORKSHEET: Jurnal Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa  
ISSN (Print): 2808 – 8557 ISSN (Online): 2808 – 8573  
Volume.3 Nomor.1, November 2023

Sampali tersebut dan tidak akan melakukan perpindahan pembelian ke perusahaan lain yang sejenis.

Untuk menciptakan suatu strategi penjualan PT. Andalan Bintang Sampali harus mengetahui pangsa pasar yang sesuai di masa Covid-19, dan diiringi dengan kebutuhan dari pelanggan. Jika PT. Andalan Bintang Sampali melakukan strategi penjualan barang tidak sesuai dengan pangsa pasar maka apa yang telah dilakukan dapat berakibat sia-sia. Dan hal seperti itu harus dihindari, karena strategi penjualan barang yang dilakukan berguna untuk meningkatkan volume penjualan. Strategi Penjualan merupakan sebuah cara dimana suatu fungsi pemasaran mengadakan kegiatannya agar bisa mencapai suatu pertumbuhan yang menguntungkan di dalam penjualan di level marketing mix. (Kotler and Amstrong, 2013, p.72). Strategi-strategi penjualan sebagai berikut ;

(1) Periklanan adalah satu dari empat alat penting yang digunakan oleh perusahaan untuk melancarkan komunikasi persuasif terhadap pembeli dan masyarakat yang ditargetkan. Pada dasarnya periklanan merupakan salah satu bentuk khusus komunikasi untuk memenuhi fungsi pemasaran. Periklanan harus mampu membujuk konsumen supaya berperilaku sedemikian rupa sesuai dengan strategi pemasaran perusahaan untuk mendapatkan penjualan dan keuntungan. Dari pengertian Periklanan menurut para ahli yang sudah peneliti paparkan, maka definisi Iklan adalah suatu hasil karya berupa audio visual, rangkaian kata, dan suara sebagai bentuk konten yang menghasilkan sebuah pesan, sebuah hasutan atau ajakan kepada masyarakat terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh pemasar yang membuat siapapun melihatnya atau mendengarnya melalui media di TV, poster, majalah, radio, dan media sosial dan akan terdoda ataupun tertarik;

(2) Promosi penjualan merupakan salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk menarik konsumen baru, mempengaruhi konsumen untuk mencoba produk baru, mendorong konsumen lebih banyak, menyerang aktivitas promosi pesaing, meningkatkan pembelian tanpa rencana atau mengupayakan kerja sama yang lebih erat dengan pengecer, secara keseluruhan teknik-teknik promosi penjualan hanya berdampak pada jangka pendek.

Menurut Kotler dan Keller (2016:622) Sales Promotion (Promosi Penjualan) merupakan kunci utama dalam kampanye pemasaran, terdiri dari kumpulan alat insentif, yang sebagian besar bersifat jangka pendek, dirancang untuk merangsang pembelian produk atau layanan tertentu dengan lebih cepat atau lebih oleh konsumen atau perdagangan. Kotler dan Keller (2016:520) mengemukakan bahwa Promosi penjualan dapat diarahkan pada pengecer, pelanggan dan tenaga penjualan. Pengecer akan bekerja lebih keras jika diberi penawaran diskon harga, jatah iklan dan display, dan produk-produk gratis. Mungkin pelanggan akan membeli produk jika disediakan kupon- kupon potongan harga, paket harga, hadiah-hadiah dan jaminan-jaminan.

Tenaga penjual akan beroperasi dengan lebih giat sebagai respons atas diselenggarakannya kontes-kontes berhadiah untuk kinerja terbaik. Dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan adalah keinginan menawarkan insentif dalam periode tertentu untuk mendorong keinginan konsumen, para penjual atau perantara.

# WORKSHEET: Jurnal Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa  
ISSN (Print): 2808 – 8557 ISSN (Online): 2808 – 8573  
Volume.3 Nomor.1, November 2023

Promosi penjualan terdiri dari serangkaian teknik yang digunakan untuk mencapai saran-saran pemasaran dengan menggunakan biaya yang efisien dengan memberikan nilai pada produk kepada para perantara maupun pemakai langsung; (3) Penjualan Personal (*Personal Selling*) Personal selling adalah suatu bentuk penyajian secara lisan dalam suatu pembicaraan dengan seseorang atau lebih calon pembeli dengan tujuan meningkatkan terwujudnya penjualan produk.

Menurut Basu Swastha (2002:260), Personal Selling adalah interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai, atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain. Menurut Tjiptono (2000:224), Personal Selling adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba membelinya. Dari pendapat diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa personal selling merupakan komunikasi dua arah secara tatap muka antara penjual dan calon pembeli untuk memperkenalkan produk yang ditawarkan, sehingga dapat menguntungkan bagi kedua belah pihak; (4) Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*) Berikut ini beberapa pengertian pemasaran langsung menurut para ahli : Amstrong, Gary & Philip, Kotler (2012) menyatakan bahwa pemasaran langsung merupakan hubungan langsung dengan konsumen individual untuk mendapatkan respon segera dan mendapatkan loyalitas pelanggan. 1. Tjiptono dan Chandra (2012) menyatakan bahwa pemasaran langsung merupakan pemasaran strategik, adapun metode yang dapat dilakukan yaitu katalog, pos, telepon, tv, faxmile, dan lainnya. 2. Agus, Hermawan (2012) meyakini bahwa pemasaran langsung merupakan komunikasi langsung terhadap pelanggan individual dengan tujuan memperoleh tanggapan segera maupun terjalin hubungan yang berlangsung lama.

Berdasarkan deskripsi konseptual dari para ahli maka pemasaran langsung adalah hubungan langsung dengan konsumen yang di targetkan oleh perusahaan untuk memperoleh respons segera dan membangun hubungan pelanggan yang langgeng dapat dicapai dengan menggunakan surat langsung, telepon, televisi, respons langsung atau tatap muka, e-mail, internet, dan sarana lain. Kotler dan Amstrong (2008) menyatakan bahwa terdapat dua manfaat dari pemasaran langsung baik dari pihak pembeli maupun pihak penjual. Bagi pembeli, pemasaran langsung bersifat menyenangkan, mudah, dan pribadi. Selain itu, pemasaran langsung juga bersifat interaktif dan segera, dimana pembeli bisa berinteraksi dengan penjual melalui telepon atau situs web yang telah disediakan perusahaan untuk mendapatkan informasi yang diinginkan.

Bagi penjual, pemasaran langsung merupakan sebuah sarana yang kuat untuk membangun dengan konsumen. Dengan menggunakan database pemasaran, pemasar dapat menargetkan promosi produk secara pribadi terhadap individu- individu yang terdaftar di database tersebut selain itu pemasaran langsung juga menawarkan alternatif biaya yang lebih rendah, efisien, dan efektif untuk menjangkau pasar.

## METODE PENELITIAN

	WORKSHEET: Jurnal Akuntansi	94
--	-----------------------------	----

# WORKSHEET: Jurnal Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa  
ISSN (Print): 2808 – 8557 ISSN (Online): 2808 – 8573  
Volume.3 Nomor.1, November 2023

---

Pada penelitian ini, terutama untuk memperoleh data-data yang diperlukan, penulis dalam hal ini berusaha untuk mendapatkan data yang akurat langsung ke lokasi penelitian yaitu PT. Andalan Bintang Sampali berlokasi di Jalan Irian Barat No. 354-358 Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan sebagai berikut :

- 1) Observasi menurut Arikunto (2013:199) mengatakan bahwa “Observasi adalah suatu aktiva yang sempit, yakni memperhatikan sesuatu dengan menggunakan mata. Didalam pengertian psikologik, observasi atau yang disebut pula dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra”. Observasi adalah pengumpulan data dengan meninjau atau mengamati secara langsung pada objek yang diteliti kemudian melakukan pencatatan terhadap data yang diperlukan untuk penelitian. Dalam metode ini penulis melakukan observasi dengan pengumpulan data meninjau atau mengamati secara langsung pada objek yang diteliti kemudian melakukan pencatatan terhadap data yang diperlukan, berkaitan dengan perusahaan yaitu penerapan strategi penjualan.
- 2) Wawancara menurut Sugiyono (2013:231) mengatakan bahwa “wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu”. Metode wawancara merupakan suatu metode yang digunakan untuk pengumpulan data dimana peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan tentang segala sesuatu kepada responden untuk memperoleh informasi yang diharapkan. Dalam metode ini data diperoleh dan dikumpulkan dengan tanya jawab langsung dengan bagian yang mempunyai wewenang terhadap laporan penjualan di PT. Andalan Bintang Sampali.
- 3) Dokumentasi menurut Sugiyono (2013:240) mengatakan bahwa “dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang.” Studi dokumentasi dimaksudkan untuk melengkapi data dan wawancara dan observasi yang berupa catatan tertulis dan dapat dipertanggung jawabkan serta menjadi alat bukti resmi. Teknik yang digunakan untuk memperoleh data dengan cara mengambil atau mengutip suatu dokumen atau catatan yang sudah ada yang telah terekomendasikan sebagai sumber informasi untuk menambah kesempurnaan dalam penelitian ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Upaya yang dilakukan di masa pandemi Covid-19 pihak perusahaan selalu mempertahankan kualitas produk, selain itu menawarkan berbagai model produk dan dapat meningkatkan penghasilan agar tidak mengalami penurunan omset yang terlalu jauh. Selain itu pihak perusahaan sangat mengutamakan media promosi dan media yang digunakan yaitu media instagram. Dengan adanya pandemi Covid-19 para konsumen lebih banyak berbelanja melalui *online* terutama bagi pelanggan. Maka dari itu pihak perusahaan sekarang lebih fokus berjualan dan promosikan produk melalui media social instagram.

# WORKSHEET: Jurnal Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa  
ISSN (Print): 2808 – 8557 ISSN (Online): 2808 – 8573  
Volume.3 Nomor.1, November 2023

PT. Andalan Bintang Sampali selalu berusaha memberikan harga yang terjangkau, hal ini berkaitan dengan pelayanan yang diberikan PT. Andalan Bintang Sampali yaitu “Distribusi produk dengan harga istimewa, kualitas dan varietas untuk pelanggan profesional, menawarkan keuntungan dan kesempatan untuk berkembang”. Selain itu, didukung dengan strategi promosi yang dilakukan PT. Andalan Bintang Sampali, sebagai berikut :

- 1) Periklanan (*Advertising*) Pemasangan iklan spanduk yang dilakukan pada bulan Agustus - Oktober 2020 yang dipasang di Jalan Cinta Rakyat Sampali dengan ukuran 3m x 0,8m tetapi dinilai dari durasi pemasangan spanduk tersebut kurang strategis karena kurang terlihat oleh calon pelanggan/masyarakat sehingga tidak menambah jumlah pembelian barang yang dilakukan dari pemasangan spanduk tersebut, hal tersebut dapat dilihat dari pendapatan pada bulan Agustus-Oktober hasil pendapatannya naik tapi hanya sekitar Rp 12.194.445 - Rp 19.115.215, namun harga promosi atau biaya pemasangan iklan tersebut masih tergolong cukup mahal. Maka dari analisis yang dilakukan sebaiknya pemasangan spanduk tersebut dilakukan ditempat yang terjangkau atau dapat dilihat oleh banyak orang, seperti didekat Lampu merah dan lainnya. Tetapi dikarenakan tidak adanya kebijakan dari analisis seperti yang saya lakukan maka iklan tersebut tidak lagi digunakan oleh PT. Andalan Bintang Sampali. Untuk penggunaan spanduk dilakukan terakhir kali pada bulan Oktober 2020.
- 2) Promosi Penjualan strategi Promosi penjualan menggunakan social media yaitu dilakukan dengan membuka akun resmi Andalan Bintang Sampali, seperti contohnya Whatsapp dan Instagram, Facebook dan lain-lain. Saat ini PT. Andalan Bintang Sampali hanya menggunakan aplikasi Whatsapp dan Instagram sebagai tempat untuk melakukan promosi kepada pelanggannya;
- 3) Whatsapp seperti pada aplikasi WhatsApp disini admin dari PT. Andalan Bintang Sampali sedang melakukan promosi penjualan yang dimana dengan tujuan supaya pelanggan PT. Andalan Bintang Sampali dapat melihat adanya promosi harga dan diskon yang ditawarkan bagi pelanggan melalui history yang di-posting di WhatsApp. Promosi yang dilakukan juga biasanya karena PT. Andalan Bintang Sampali ingin menghabiskan barang lama yang ada di gudang, karena stok barang yang baru akan segera masuk, dengan memberikan diskon bagi para pelanggan. Beberapa contoh barang yang didiskon yang diberikan oleh PT. Andalan Bintang Sampali misalnya, alat tukang martil tanduk martello apabila mengambil barang 1-4 dus akan diberi diskon 7% per dusnya. Dan bila mengambil barang 5dus -10dus akan diberi diskon 8%. Barang lainnya kunci pintu, bila memesan kunci pintu ambil 10 dus akan diberi gratis 1dus. Promosi yang diberikan dengan potongan harga tersebut cukup menarik minat pelanggan dalam memesan atau membeli barang di PT. Andalan Bintang Sampali. Instagram selain melalui whatsapp PT. Andalan Bintang Sampali juga mempromosikan barang dagangannya melalui instagram dengan nama akun andalانبintangsampali, dengan jumlah pengikut sebesar 1.518 orang. Dan mengikuti 884 akun, dengan banyak postingan gambar sekitar 340 gambar. Rata-rata admin memposting barang dalam sebulan sebanyak 5 gambar, 0 vidio. Maka dapat disimpulkan

# WORKSHEET: Jurnal Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa  
ISSN (Print): 2808 – 8557 ISSN (Online): 2808 – 8573  
Volume.3 Nomor.1, November 2023

postingan gambar rata-rata 7 hari per satu postingan gambar. Hal ini menyebabkan kurangnya admin Instagram dalam memposting foto yang mengakibatkan para pengikutnya sedikit yang melihat postingan Instagram dari PT. Andalan Bintang Sampali sehingga menyebabkan kurangnya hasil penjualan PT. Andalan Bintang Sampali. Hal ini kurangnya interaksi komunikasi penjualan PT. Andalan Bintang Sampali karena adapun konsumen yang tertarik pada produk yang diposting, mereka lebih memilih berinteraksi melalui WhatsApp atau datang langsung ke perusahaan untuk lebih lengkapnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pengguna Instagram mereka lebih tertarik membeli barang yang ada label harga agar dapat membandingkan harga dengan penjualan ditempat lainnya;

- 4) Penjualan Personal (*Personal Selling*) PT. Andalan Bintang Sampali melakukan personal selling dalam bentuk sales, adapun sales ini juga mendatangi toko-toko untuk menawarkan barang yang ada dalam perusahaan dan juga menjelaskan tentang barang yang ditawarkan dengan lebih terperinci. Misalnya ukuran, fungsi, harga. Sales juga memberitahukan pelanggan Promosi apa yang dilakukan oleh PT. Andalan Bintang Sampali. Sales di sini biasanya tidak harus memiliki target karena PT. Andalan Bintang Sampali tidak mengharuskan dan menetapkan target, namun mereka harus menjual barang yang banyak untuk memperoleh penghasilan yang banyak pula. Karena sales ini hanya memiliki gaji pokok sebesar Rp 2.500.000; - Rp 3.000.000; namun mereka bahkan memperoleh komisi 2% dari penjualan mereka. Jika gaji pokok ditambahkan komisi itu cukup baik bagi para sales. Maka para sales akan berlomba-lomba menjual barang dagangannya sebanyak mungkin sehingga penjualan personal yang dilakukan oleh sales ini termasuk salah satu pendapatan yang paling besar yang diperoleh dari strategi penjualan PT. Andalan Bintang Sampali karena dari sini yang mendapat respon paling banyak;
- 5) Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*) pemasaran langsung atau *direct marketing* merupakan salah satu metode penjualan yang menggunakan media pemasaran langsung tanpa adanya pihak yang menjadi perantara pemasaran dalam kegiatan transaksi jual-beli dan tawar-menawar suatu produk atau jasa yang ditawarkan.

PT. Andalan Bintang Sampali juga melakukan pemasaran langsung yaitu, dengan membuka sebuah toko di Jalan Sutomo No 48-50 untuk melakukan pemasaran langsung kepada para konsumen, sehingga konsumen tidak kesulitan dalam mencari suatu barang yang mempermudah pekerjaan mereka dan mempermudah para pembeli memilih, melihat dan mengetahui kualitas barang. Pemilihan tempat atau lokasi berdasarkan kestrategisan lokasi agar mudah diakses oleh konsumen, karena letak toko tersebut merupakan daerah padat penduduk dan tempat pemasaran yang ramai dikunjungi oleh masyarakat dan berdasarkan daya tampung stock barang, PT. Andalan Bintang Sampali yang terletak di toko Sinar Bintang yang berlokasi di Jl. Sutomo No 48-50.

Lokasi ini sangat strategis karena berada dipinggir jalan raya dengan akses yang mudah, tempat parkir yang luas dan gudang barang yang luas sehingga memudahkan operasional perusahaan. Toko Sinar Bintang menjual barang-barang sama seperti yang ada di PT. Andalan



# WORKSHEET: Jurnal Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa  
ISSN (Print): 2808 - 8557 ISSN (Online): 2808 - 8573  
Volume.3 Nomor.1, November 2023

Bintang Sampali. Toko tersebut memiliki stok yang lengkap karena apabila ada barang jika stoknya menipis, admin akan memesan barang langsung ke PT. Andalan Bintang Sampali. Toko Sinar Bintang tersebut memiliki karyawan sebanyak 2 orang bagian admin, 2 orang bagian pengutipan barang, dan 1 orang kurir. Pelayanan yang diberikan toko tersebut ialah apabila ada konsumen yang memesan barang akan diantar oleh kurir. Toko sinar Bintang ini tidak memiliki sales karena pelayanannya langsung melalui admin toko tersebut.

PT. Andalan Bintang Sampali mendirikan sebuah toko yang memasarkan langsung produk kepada konsumen, tidak hanya ke toko lain namun toko milik PT. Andalan Bintang Sampali itu sendiri. Dari hasil penjualan toko sinar bintang bisa menghasilkan ± Rp 5.000.000/bulan harinya. Hasil tersebut cukup baik untuk penambahan pendapatan PT. Andalan Bintang Sampali. Perbandingan hasil penjualan sebelum covid-19 dan setelah penerapan strategi Covid-19: (1) Laba penjualan sebelum Covid-19 laba penjualan sebelum Covid-19 selama tahun 2019 setiap bulan mengalami kenaikan yaitu: Berdasarkan hasil penjualan pada tahun 2019 dimulai pada bulan Januari perolehan penjualan sebesar Rp.430.888.725, dari semua toko dan para sales, sedangkan bulan Februari penjualan sebesar Rp. 544.851.475, terjadi kenaikan laba sebesar Rp. 113.962.750 atau sebesar 20,92%. Pada bulan Februari 2019 memperoleh hasil penjualan sebesar Rp. 544.851.475, sedangkan bulan Maret penjualan sebesar Rp. 555.898.069 terjadi kenaikan penjualan sebesar 11.064.594 atau sebesar 1,98%. Pada bulan Maret 2019 perolehan penjualan mengalami Kenaikan sebesar Rp.555.898.069, sedangkan bulan April 2019 penjualan dengan nilai sebesar Rp.568.800.029 terjadi kenaikan penjualan sebesar Rp. 12.901.960 atau terjadi kenaikan penjualan sebesar 2,27%. Pada penjualan bulan April 2019 sebesar Rp. 568.800.029, sedangkan bulan Mei 2019 penjualan sebesar Rp. 571.426.888 terjadi kenaikan penjualan sebesar Rp. 2.626.859 atau sebesar 0,46%. Pada bulan Mei 2019 penjualan sebesar Rp.571.426.888 dibandingkan penjualan bulan Juni 2019 sebesar Rp. 591.333.456, terjadi kenaikan penjualan sebesar Rp. 19.906.568 atau sebesar 3,37%. Pada bulan Juni 2019 sebesar Rp. 591.333.456, sedangkan penjualan Juli 2019 sebesar Rp. 691.333.456, terjadi kenaikan penjualan sebesar Rp. 100.000.000 atau sebesar 14,46%. Pada bulan Juli 2019 sebesar Rp. 691.333.456, sedangkan penjualan bulan Agustus 2019 sebesar Rp.723.222.431 terjadi kenaikan penjualan sebesar Rp.31.888.975 atau sebesar 4,4%. Pada bulan Agustus 2019 sebesar Rp.723.222.431 dan penjualan bulan September 2019 sebesar Rp. 835.640.100 terjadi kenaikan penjualan sebesar Rp. 112.417.669 atau sebesar 13,455%. Pada bulan September 2019 sebesar Rp. 835.640.100 dengan bulan Oktober 2019 sebesar Rp. 954.650.215 terjadi peningkatan penjualan sebesar Rp. 118.980.115 atau sebesar 12,16%. Pada bulan Oktober 2019 sebesar Rp. 954.650.215, sedangkan penjualan bulan November 2019 sebesar Rp. 1.036.666.455 dengan peningkatan penjualan sebesar Rp. 82.016.240 atau sebesar 7,91%. Pada bulan November 2019 sebesar Rp. 1.036.666.455 dengan bulan Desember 2019 sebesar Rp. 1.284.335.560 terjadi peningkatan penjualan sebesar Rp. 247.669.105 atau sebesar 19,28%. Maka dapat disimpulkan perolehan penjualan Selama tahun 2019 kenaikan penjualan terbesar pada bulan Februari sebesar 20,92% dan kenaikan penjualan terkecil pada bulan Mei sebesar 0,46%. Strategi yang

# WORKSHEET: Jurnal Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa  
ISSN (Print): 2808 – 8557 ISSN (Online): 2808 – 8573  
Volume.3 Nomor.1, November 2023

digunakan pada tahun 2019 ialah dengan menggunakan strategi sales dan promosi saja.

PT. Andalan Bintang Sampali berkembang dengan baik dengan hasil penjualan menunjukkan kenaikan setiap bulan pada tahun 2019 yang dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Pendapatan PT. Andalan Bintang Sampali Januari-Desember 2019

No.	Bulan	Pendapatan (Rp)
1.	Januari	430.888.725
2.	Februari	544.851.475
3.	Maret	555.898.069
4.	April	568.800.029
5.	Mei	571.426.888
6.	Juni	584.706.555
7.	Juli	691.333.456
8.	Agustus	723.222.431
9.	September	835.640.100
10.	Oktober	954.650.215
11.	November	1.036.666.455
12.	Desember	1.284.335.560

Sumber: PT. Andalan Bintang Sampali, 2022

Selama masa Covid-19, melalui strategi-strategi penjualan barang yang telah dibuat oleh PT. Andalan Bintang Sampali dengan semenarik mungkin, sehingga volume penjualan pada PT. Andalan Bintang Sampali meningkat, hal ini bisa dilihat dari total pendapatan setiap bulannya selalu hampir mencapai target penjualan yang telah ditetapkan yaitu Rp 250.000.000; (2) Laba Penjualan Dengan Penggunaan Strategi Covid-19. Perolehan hasil laba pada tahun 2020 dengan menggunakan strategi periklanan, promosi, penjualan personal, dan pemasaran langung. Jika dibandingkan penjualan sebelum pandemi Covid-19 pada tahun 2019 dan masa pandemi Covid pada tahun 2020 terjadi penurunan drastis penjualan pada PT. Andalan Bintang Sampali.

Hal ini terlihat dari :Penjualan pada Januari 2019 sebesar Rp. 430.888.725 sedangkan penjualan pada Januari 2020 sebesar Rp.280.686.257 terjadi penurunan penjualan sebesar Rp. 150.202.000 atau sebesar 34,85%.Penjualan pada Februari 2019 sebesar Rp. 544.851.475 dibandingkan penjualan Februari 2020 sebesar Rp. 321.851.274 terjadi penurunan sebesar Rp. 222.999.751 atau sebesar 40,93%. Penjualan pada bulan Maret 2019 sebesar Rp. 555.898.069 sedangkan penjualan bulan Maret 2020sebesar Rp. 334.598.069 terjadi penurunan penjualan sebesar Rp. 221.300.000 atau sebesar 39,81%. Penjualan bulan April 2019 sebesar Rp. 568.800.029 dan penjualan bulan April 2020 sebesar Rp. 358.700.029 terjadi penurunan penjualan sebesar Rp. 210.100.000 atau sebesar 36,94%, Penjualan bulan Mei 2019sebesar Rp. 571.426.888 dibandingkan penjualan bulan Mei 2020 sebesar Rp. 361.426.537, terjadi penurunan penjualan sebesar Rp. 210.000.351 atau sebesar

# WORKSHEET: Jurnal Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa  
ISSN (Print): 2808 – 8557 ISSN (Online): 2808 – 8573  
Volume.3 Nomor.1, November 2023

36,75%. Penjualan bulan Juni 2019 sebesar Rp. 584.706.555, dibandingkan penjualan bulan Juni 2020 sebesar Rp. 384.706.214, terjadi penurunan penjualan sebesar Rp. 200.000.341 atau sebesar 34,21%. Penjualan bulan Juli 2019 sebesar Rp. 691.333.456, dibandingkan penjualan bulan Juli 2020 sebesar Rp. 391.443.221, terjadi penurunan penjualan sebesar Rp. 299.890.235 atau sebesar 43,38%. Penjualan bulan Agustus 2019 sebesar Rp. 723.222.431, dibandingkan penjualan bulan Agustus 2020 sebesar Rp. 423.245.555, terjadi penurunan penjualan sebesar Rp. 299.976.876 atau sebesar 41,48%. Penjualan bulan September 2019 sebesar Rp. 835.640.100, dibandingkan penjualan bulan September 2020 sebesar Rp. 435.440.000, terjadi penurunan penjualan sebesar Rp. 400.200.100 atau sebesar 47,89%. Penjualan bulan Oktober 2019 sebesar Rp. 954.650.215, dibandingkan penjualan bulan Oktober 2020 sebesar Rp. 454.555.215, terjadi penurunan penjualan sebesar Rp. 500.095.000 atau sebesar 52,37%. Penjualan bulan November 2019 sebesar Rp. 1.036.666.455 dibandingkan penjualan bulan November 2020 sebesar Rp. 436.666.455, terjadi penurunan penjualan sebesar Rp. 600.000.000 atau sebesar 57,88%. Penjualan bulan Desember 2019 sebesar Rp. 1.284.335.560, dibandingkan penjualan bulan Desember 2020 sebesar Rp. 484.335.560, terjadi penurunan penjualan sebesar Rp. 800.000.000 atau sebesar 62,29%. Penurunan penjualan sangat drastis terjadi pada bulan Desember 2020 dibandingkan bulan Desember 2019 sebesar 62,29%, sedangkan penurunan penjualan terdapat terjadi pada bulan Juli 2020 dibandingkan pada penjualan bulan Juli 2019 sebesar 33,25%. Berikut daftar pendapatan PT. Andalan Bintang Sampali terhitung sejak Januari 2020 hingga Desember 2020:

## Pendapatan PT. Andalan Bintang Sampali Januari-Desember 2020

No.	Bulan	Pendapatan (Rp)
1.	Januari	280.686.257
2.	Februari	321.851.274
3.	Maret	334.598.069
4.	April	358.700.029
5.	Mei	361.426.537
6.	Juni	384.706.214
7.	Juli	391.443.221
8.	Agustus	423.245.555
9.	September	435.440.000
10.	Oktober	454.555.215
11.	November	436.666.455
12.	Desember	484.335.560

Sumber: PT. Andalan Bintang Sampali, 2022

# WORKSHEET: Jurnal Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa  
ISSN (Print): 2808 – 8557 ISSN (Online): 2808 – 8573  
Volume.3 Nomor.1, November 2023

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa penjualan tertinggi terdapat pada bulan Desember 2020 sebesar Rp, 484.335.560, hal ini dikarenakan bertepatan dengan akhir tahun banyak masyarakat membangun rumah dan merenovasi rumah, dikarenakan masyarakat sudah dapat beradaptasi atau terbiasa dengan suasana covid-19 dan beberapa masyarakat sudah mendapat pekerjaan baru, sehingga permintaan bahan bangunan meningkat. PT. Andalan Bintang Sampali tetap mampu bertahan dan mencapai target penjualan meskipun pada masa pandemi Covid-19.

Kemudian dikarenakan produk yang dijual oleh PT. Andalan Bintang Sampali sudah memenuhi semua kebutuhan masyarakat, dalam membangun rumah maupun bangunan lainnya, sehingga sangat memudahkan untuk masyarakat memenuhi kebutuhannya. Dalam pelaksanaan strategi penjualan tidaklah mudah, akan selalu ada kendala atau hambatan yang dihadapi oleh setiap perusahaan yang bergerak dibidang produk maupun jasa, sama halnya dengan PT. Andalan Bintang Sampali pun juga mengalami kendala dalam memasarkan produk dalam upaya meningkatkan volume penjualan.

Sebelum terjadinya Covid-19 strategi yang digunakan PT. Andalan Bintang Sampali hanya menggunakan strategi sales, promosi dan penjualan personal sementara pasca terjadinya pandemi Covid-19 strategi penjualan yang dilakukan dengan menambahkan periklanan dan juga meningkatkan strategi promosi penjualan. Berdasarkan hasil penelitian perolehan pendapatan tahun 2019 sebelum terjadinya Covid-19 perolehan penjualan yang stabil, berbeda halnya dengan perolehan penjualan pada saat terjadinya pandemi Covid-19 tahun 2020. Perolehan penjualan mengalami penurunan yang sangat drastis dari pada tahun 2019, penurunan terjadi sebesar 62,29%.

Dengan upaya strategi penjualan yang dilakukan namun tidak dapat meningkatkan hasil penjualan seperti sebelum terjadinya pandemi Covid-19. Kendala yang dihadapi PT. Andalan Bintang Sampali dalam memasarkan produknya adalah mengingat banyaknya jenis-jenis produk yang dijual, dan jenis produk yang dijual PT. Andalan Bintang Sampali, jika semakin banyak produk yang tidak laku yang ditawarkan di pasaran maka akan berimbas pada kerugian atau penurunan omset penjualan. Produk yang tidak terjual di pasaran akan menjadi bahan evaluasi oleh pihak PT. Andalan Bintang Sampali alasan produk tersebut tingkat penjualannya rendah dan produk yang memiliki risiko rusak. Produk yang menjadi kontribusi pendapatan terendah karena masyarakat lebih memilih untuk membeli di tempat lain karena harga yang lebih terjangkau dan mendapatkan keuntungan karena bebas biaya pengantaran.

Berdasarkan hal ini maka dapat disimpulkan bahwa produk (*product*) PT. Andalan Bintang Sampali masih memiliki kendala dalam upaya meningkatkan volume penjualan. Penetapan harga penjualan juga sangat menentukan tingkat penjualan produk, karena Negara Indonesia merupakan masih berada di kategori negara berkembang dengan tingkat inflasi yang cukup tinggi, sehingga faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam membeli produk lebih berdasarkan harga. Karena alasan tersebutlah PT. Andalan Bintang Sampali harus bisa mengatur strategi penjualan dengan penetapan harga jual agar bisa memenangkan pangsa pasar. Berdasarkan hasil penelitian, pihak PT. Andalan Bintang Sampali tidak mengalami

# WORKSHEET: Jurnal Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa  
ISSN (Print): 2808 – 8557 ISSN (Online): 2808 – 8573  
Volume.3 Nomor.1, November 2023

---

kendala dalam penetapan harga karena harga jual produk sudah ditetapkan oleh perusahaan dan harga jual produk PT. Andalan Bintang Sampali lebih murah dibandingkan dengan perusahaan sejenis.

Mengingat penawaran yang diberikan pihak PT. Andalan Bintang Sampali ini berupa pengantaran secara langsung ke tempat konsumen dan permintaan akan pengantaran ini sangatlah tinggi sehingga pihak PT. Andalan Bintang Sampali sering kewalahan dalam mengoperasionalkannya dan karena banyaknya barang yang harus diantar terkadang barang tersebut bisa dilakukan pengantaran keesokan harinya atau H+1 pemesanan karena terkendala dengan jam operasional kerja PT. Andalan Bintang Sampali. Kendala dalam sistem *delivery order*, kendala yang hadapi PT. Andalan Bintang Sampali saat melakukan pengantaran adalah mengejar waktu pengantaran dengan waktu sesuai permintaan konsumen, sedangkan lokasi pengantaran cukup jauh.

Dalam hal ini PT. Andalan Bintang Sampali masih memiliki hambatan dalam menjalankan strategi penjualan berupa strategi komunikasi pemasaran melalui pemasaran langsung (*direct marketing*). Penawaran juga mengalami kendala karena banyak masyarakat yang tidak berani untuk mengambil risiko dan dianggap menjadi beban karena hal tersebut dianggap utang, dan penawaran tersebut cukup memakan waktu karena harus menawarkan ke masyarakat secara langsung. Dalam hal ini bahwa PT. Andalan Bintang Sampali masih memiliki hambatan dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran melalui hubungan masyarakat dan publisitas (*public relation and publicity*). Sementara, tempat atau saluran distribusi. Dalam hal ini PT. Andalan Bintang Sampali tidak mengalami kendala yang karena perusahaan berada di lokasi yang strategis sehingga saluran distribusi mudah dilakukan. Dan perusahaan juga tidak perlu untuk membayar sewa tempat karena tempat yang digunakan saat ini sudah menjadi milik pribadi secara resmi.

## KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang berjudul “Analisis Strategi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Barang Dimasa Pandemi Covid-19 Pada PT. Andalan Bintang Sampali”, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu strategi penjualan barang yang dilakukan PT. Andalan Bintang Sampali melalui strategi periklanan, promosi melalui media sosial, pemasaran langsung dan penjualan personal kurang menunjukkan hasil yang memuaskan. Hal itu dapat dilihat melalui hasil penjualan tahun 2020 lebih rendah daripada tahun 2019 dengan penurunan 62,29%. Dengan demikian PT. Andalan Bintang Sampali Belum melakukan Strategi Penjualan dengan baik untuk meningkatkan penjualan dimasa saat terjadinya Covid-19.

# WORKSHEET: Jurnal Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharmawangsa  
ISSN (Print): 2808 - 8557 ISSN (Online): 2808 - 8573  
Volume.3 Nomor.1, November 2023

---

## REFERENSI

Agus, Hermawan. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.

Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta. Jakarta

Basu Swastha. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.

Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2013). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. 12, Issue 01). Jakarta: Erlangga.

Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet

Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran Perusahaan Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.