

## **II. TINJAUAN PUSTAKA, PENDEKATAN MASALAH**

### **2.1 Tinjauan Pustaka**

#### **2.1.1 Keripik Pisang**

Keripik pisang sudah dikenal oleh masyarakat Indonesia sejak lama, kreasi olahan dari buah pisang sampai sekarang masih diminati karena makanan ringan dari pisang ini dikenal cukup enak dan manfaat gizinya juga bagus.

Keripik pisang merupakan salah satu panganan hasil olahan pisang. Produk ini berbentuk irisan tipis dari buah pisang yang digoreng dengan minyak sehingga menjadi produk dengan kadar air yang rendah. Keripik pisang mempunyai daya simpan yang lama.

Jenis tanaman pisang memang bermacam-macam, namun tidak semua jenis bisa diolah menjadi keripik pisang hanya jenis-jenis tertentu saja yang bagus digunakan sebagai bahan baku keripik pisang. Produk ini dibuat dari jenis pisang yang mempunyai nilai ekonomi yang rendah dan tidak dimanfaatkan sebagai buah pencuci mulut (*dessert*) seperti buah pisang raja nangka dan pisang kepok.

Keripik pisang bisa diolah secara tradisional atau melalui penggorengan biasa dan bisa juga diolah melalui mesin keripik buah. Kali ini kami akan memperkenalkan jenis keripik pisang yang diolah secara tradisional, cara pengolahannya tidaklah rumit resep khususnya juga sudah diketahui umum karena cara pengolahan tradisional keripik pisang adalah salah satu warisan yang turun temurun dikenalkan oleh generasi pendahulu.

Keripik pisang memiliki rasa yang gurih dan renyah serta aroma yang khas, sehingga keripik pisang menjadi salah satu makanan ringan yang digemari masyarakat. Oleh karena keripik ini dapat dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat dan merupakan produk yang banyak dipasarkan setiap waktu serta dapat diproduksi setiap saat mengingat produksi dan ketersediaan buah pisang di masyarakat dan di pasar sangat banyak, ada berbagai variasi dalam pembuatan keripik pisang.

### 2.1.2 Analisis Kelayakan Usaha

Kegiatan usaha akan dinilai layak dilaksanakan didasarkan kepada beberapa kriteria tertentu yang ada. Layak bagi suatu usaha artinya menguntungkan dari berbagai aspek. Analisis kelayakan usaha agribisnis adalah upaya untuk mengetahui tingkat kelayakan atau kepastian untuk dikerjakan dari suatu jenis usaha, dengan melihat beberapa parameter atau kriteria kelayakan tertentu. Dengan demikian suatu usaha dikatakan layak apabila keuntungan yang diperoleh dapat menutup seluruh biaya yang dikeluarkan, baik biaya yang langsung maupun yang tidak langsung.

#### a. Analisis R/C (Revenue Cost) Ratio

Analisis Imbangan Penerimaan dan Biaya (R/C) adalah nilai yang menunjukkan perbandingan antara penerimaan total dengan biaya total (Abas Tjakrawiralaksa,1983). Analisis R/C (*Revenue Cost Ratio*) merupakan perbandingan (*ratio/nisbah*) antara penerimaan (*revenue*) dan biaya (*cost*) (Rahim dan Hastuti (2007:1670). Kelayakan usaha adalah tentang layak atau tidaknya suatu usaha dilaksanakan. R/C rasio merupakan salah satu metode analisis untuk mengukur kelayakan suatu usaha dengan membandingkan penerimaan (*revenue*) dengan biaya per usahatani. Suatu usahatani dikatakan layak jika nilai R/C ratio lebih dari satu ( $R/C > 1$ ) (Ken Suratiyah,2006), selanjutnya menurut Soekartawi (1995), komponen biaya dapat dianalisis keuntungan usahatani dengan menggunakan analisis R/C *Ratio*.

R/C *Ratio* adalah singkatan dari (*Revenue/Cost Ratio*) atau dikenal sebagai perbandingan antara penerimaan dan biaya. Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah usahatani itu menguntungkan atau tidak dan layak untuk dikembangkan. Jika hasil ( $R/C > 1$ ) maka usahatani tersebut menguntungkan. Jika hasil  $R/C=1$ ) maka usahatani tersebut dikatakan impas atau tidak mengalami untung dan rugi dan apakah hasil ( $R/C < 1$ ) maka usahatani tersebut mengalami kerugian.

#### b. Biaya

Menurut Supriyanto (1999), biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan atau *revenue* yang akan dipakai sebagai pengurangan penghasilan.

Menurut Henry Simamora (2002), biaya adalah kas atau nilai setara kas yang dikorbankan untuk barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat pada saat ini atau di masa mendatang bagi organisasi. Sedangkan menurut Mulyadi (2005), biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

Menurut Usry dan Hamer (1991), biaya adalah suatu nilai tukar prasyarat atau pengorbanan yang dilakukan guna memperoleh manfaat. Sedangkan menurut Hernanto (1991), biaya merupakan sejumlah uang yang dinyatakan dari sumber-sumber ekonomi yang dikorbankan (terjadi atau akan terjadi) untuk mendapatkan sesuatu atau untuk mencapai tujuan tertentu.

Untuk biaya usahatani sendiri adalah semua pengeluaran yang dipergunakan dalam usahatani, biaya usahatani dibedakan menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya tidak tetap. Biaya tetap adalah biaya yang besarnya tidak tergantung pada besar kecilnya produksi yang akan dihasilkan, sedangkan biaya tidak tetap adalah biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh volume produksi.

Biaya usahatani biasanya diklasifikasikan menjadi dua, yaitu; Biaya Tetap (*fixed cost*) dan Biaya tidak tetap (*variable cost*). Biaya tetap ini umumnya didefinisikan sebagai biaya yang relatif tetap jumlahnya, dan terus dikeluarkan walaupun produksi yang diperoleh banyak atau sedikit. Jadi, besarnya biaya tetap ini tidak tergantung pada besar-kecilnya produksi yang diperoleh, contohnya pajak. Biaya untuk pajak akan tetap dibayar walaupun hasil usahatani itu besar atau gagal sekalipun. Biaya tetap ini beragam, dan kadang-kadang tergantung dari peneliti apakah mau memberlakukan variabel itu sebagai biaya tetap atau biaya variabel (tidak tetap). Contoh biaya tetap antara lain, sewa tanah, pajak, alat pertanian dan iuran irigrasi. Di sisi lain biaya tidak tetap atau biaya variabel biasanya didefinisikan sebagai biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh produksi yang diperoleh (Soekartawi, 1995).

Menurut Padangaran (2013) dalam (Imani, 2016:11) mengatakan bahwa secara umum biaya adalah dana yang digunakan dalam melaksanakan suatu kegiatan. Pada proses produksi, biaya pada umumnya terdiri dari harga input dan bahan baku, penyusutan dari asset-aset tetap dan pengeluaran-pengeluaran lainnya yang tidak termasuk pada harga bahan baku dan biaya penyusutan. Sementara pada perusahaan perdagangan biaya-biaya terdiri dari harga barang dagangan, biaya pengangkutan, biaya perlakuan dan biaya retribusi, serta biaya penyusutan asset jangka panjang. Hubungan kedua jenis biaya tersebut dengan jumlah produk atau output akan berbeda baik dalam hal jumlah dan jenisnya maupun dalam hal bentuk persamaan atau fungsi biayanya. Fungsi biaya antara perusahaan yang melakukan proses produksi akan berbeda dengan fungsi biaya pada perusahaan perdagangan. Oleh karena itu, diperlukan pula teknis analisis yang berbeda antar keduanya.

Biaya yang digunakan dalam usahatani menurut Hadisapoetra (1973) meliputi:

1. Biaya alat-alat luar merupakan semua yang dipergunakan untuk menghasilkan pendapatan kotor kecuali upah tenaga keluarga, bunga seluruh aktiva yang dipergunakan dan biaya untuk kegiatan si pengusaha sendiri.  $\text{Biaya} = \text{biaya saprodi} + \text{biaya tenaga kerja luar} + \text{biaya lain-lain yang berupa pajak (PBB), iuran air, selamatan, penyusutan alat-alat.}$
2. Biaya mengusahakan, adalah biaya alat-alat dari luar ditambah dengan tenaga kerja keluarga sendiri yang diperhitungkan berdasarkan yang dibayarkan kepada tenaga kerja luar (berdasarkan upah pada umumnya).
3. Biaya menghasilkan, merupakan biaya mengusahakan ditambah dengan bunga dari aktiva yang dipergunakan di dalam usaha tani.

Ken Suratiyah (2008), menyatakan bahwa, Biaya artinya semua pengeluaran yang dikeluarkan produsen untuk memperoleh faktor-faktor produksi guna menciptakan barang yang diproduksi oleh produsen tersebut.

Biaya juga dapat dibedakan sebagai berikut:

1. Biaya Tetap (*fixed Cost*) yaitu biaya yang besarnya tidak dipengaruhi besarnya produksi.

2. Biaya Variabel (*Variabel Cost*) yaitu biaya yang besarnya dipengaruhi oleh besarnya produksi.
  3. Total Biaya (*Total Cost*) yaitu jumlah antara biaya tetap dan biaya variabel.
- c. Penerimaan

Menurut Dyckman (2002), penerimaan merupakan arus masuk bruto dari suatu manfaat ekonomi yang muncul dari aktivitas normal perusahaan dalam waktu satu periode jika arus masuk itu mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.

Menurut Theodurus (2000), penerimaan secara umum didefinisikan sebagai hasil dari suatu perusahaan. Penerimaan merupakan darah kehidupan dari perusahaan. Penerimaan merupakan kenaikan laba, *inflow of assets* ke dalam perusahaan untuk akibat penjualan barang atau jasa.

Penerimaan atau pendapatan kotor adalah seluruh pendapatan yang diperoleh dari produksi selama satu periode, diperhitungkan dari hasil penjualan atau penaksiran kembali. Penerimaan diperoleh dari jumlah produksi dikalikan harga produk (Ken Suratiyah, 2015). Dalam ilmu ekonomi dikatakan bahwa petani membandingkan antara hasil yang diharapkan pada waktu panen (penerimaan) dengan biaya (pengorbanan) yang harus dikeluarkan. Hasil yang diperoleh petani pada saat panen disebut produksi, dan biaya yang dikeluarkannya disebut biaya produksi (Mubyarto, 1989).

Sedangkan menurut Soekartawi (2002), penerimaan adalah perkalian antara produk yang diperoleh (Q) dengan harga jual (P) dan biasanya produksi berhubungan negatif dengan harga. Artinya harga akan turun saat produksi berlebih. Dalam menghitung penerimaan usahatani, ada beberapa hal perlu diperhatikan:

- a. Hati-hati dalam menghitung produksi pertanian, karena tidak semua produksi pertanian itu dapat dipanen secara serempak contoh;
  - Menghitung produksi padi per ha sangat mudah karena proses panennya serentak.
  - Menghitung produksi asparagus relative sulit karena selama proses produksi, asparagus tersebut dipanen beberapa kali.

- b. Hati-hati dalam menghitung penerimaan karena;
- Produksi mungkin dijual beberapa kali, sehingga diperlukan data frekuensi penjualan.
  - Produksi mungkin dijual beberapa kali pada harga jual yang berbeda-beda. Jadi disamping frekuensi penjualan yang perlu diketahui juga harga jual pada masing-masing penjualan tersebut.
- c. Apabila penelitian usahatani ini menggunakan responden petani, maka diperlukan teknik wawancara yang baik untuk membantu petani mengingat kembali produksi dan hasil penjualan yang diperolehnya selama setahun terakhir. Pemilihan waktu setahun terakhir ini biasanya sering dipakai oleh para peneliti untuk memudahkan perhitungan.

## 2) Pendapatan

Menurut Kasmir (2011), pendapatan atau laba memiliki dua arti, yaitu laba kotor (*gross profit*) dan laba bersih (*net profit*), laba kotor (*gross profit*) artinya laba yang diperoleh sebelum dikurangi biaya-biaya yang menjadi beban perusahaan. Artinya laba keseluruhan pertama sekali perusahaan peroleh. Sedangkan laba bersih (*net profit*) merupakan laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu termasuk pajak.

Pendapatan merupakan selisih antara penerimaan total dan biaya-biaya. Penerimaan total merupakan hasil kali produksi total dengan harganya. Biaya yang dimaksud dalam pengertian ini adalah biaya keseluruhan, baik itu biaya tetap (misalnya, sewa tanah, pembelian alat-alat pertanian, dan lain-lain) maupun biaya tidak tetap (misalnya, biaya yang diperlukan untuk membeli bibit, pupuk, obat-obatan, dan lain-lain). Masing-masing input produksi tersebut dikalikan dengan harganya (Hanafie, 2010).

Pendapatan merupakan selisih penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan. Pendapatan yang diperoleh dari usahatani ini oleh petani selain digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari juga digunakan untuk mencapai keinginan-keinginannya dan memenuhi kewajiban-kewajiban sosial yang lainnya. Besarnya

jumlah pendapatan dan bagaimana cara mengolahnya akan menentukan tingkat kesejahteraan keluarga petani tersebut (Prasetyo,1996).

(Hadisapoetro (1973) menyatakan bahwa, pendapatan dibagi menjadi beberapa bagian yakni;

- a) Pendapatan bersih adalah selisih pendapatan kotor dengan biaya mengusahakan.
- b) Pendapatan Petani, meliputi upah tenaga keluarga sendiri, upah petani sebagai manajer, bunga modal sendiri, dan keuntungan. Atau pendapatan kotor dikurangi biaya alat-alat luar dan bunga modal luar.
- c) Pendapatan tenaga keluarga merupakan selisih dari pendapatan petani dikurangi dengan bunga modal sendiri.

### **2.1.3 Sistem Penjualan**

Penjualan merupakan bagian dari manajemen pemasaran. Pengertian penjualan seringkali diartikan sebagai kegiatan menawarkan produk baik barang dan jasa kepada konsumen yang menghasilkan laba. Langkah seperti memilih tempat penjualan ataupun melakukan penjualan online dianggap sebagai usaha dalam menghasilkan sumber kehidupan bagi perusahaan atau pelaku usaha. Secara umum pengertian penjualan dipahami sebagai tujuan perusahaan nirlaba dengan menarik minat konsumen dalam mengambil keputusan pembelian produk (Mulyadi, 2001).

Menurut Winardi (2007), penjualan adalah suatu transfer hak atas benda-benda dan dalam memindahkan atau mentransfer barang dan jasa diperlukannya orang-orang yang bekerja dibidang penjualan seperti pelaksanaan dagang, agen, wakil pelayanan dan wakil pemasaran. Penjualan ialah sebuah transaksi yang dilakukan dua pihak atau lebih antara satu orang ke orang lain dengan pembayaran yang sah yang menghasilkan suatu pendapatan, atau secara luas pengertian penjualan ialah sebuah aktivitas yang bertujuan untuk mencari pembeli untuk mempengaruhi konsumen agar terdapat suatu transaksi yang dilakukan oleh kedua pihak dengan alat pembayaran yang sah dan saling menguntungkan bagi kedua pihak tersebut.

Sistem sendiri didefinisikan sebagai serangkaian komponen yang dikoordinasikan untuk mencapai serangkaian tujuan (Krismiji, 2002). Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa sistem penjualan adalah suatu sistem yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk menjual barang dagangan kepada konsumen. Sistem penjualan juga ialah yang saling berhubungan (penjual dengan calon pembeli) melalui prosedur-prosedur serta sarana pendukung untuk menghasilkan sebuah informasi pemesanan dan terjadinya suatu keseriusan dalam bertransaksi.

Upaya meraih tujuan penjualan harus dilakukan dengan melakukan teknik penjualan yang jitu. Adapun terdapat jenis-jenis penjualan yang ada dan dapat disesuaikan dengan situasi dan kondisi usaha. Berikut jenis-jenis penjualan :

1. **Trade Selling** adalah jenis kegiatan penjualan yang dilaksanakan oleh trader atau pedagang kepada pembeli grosirnya atau pedagang lain yang akan menjual kembali produk tersebut.
2. **Technical Selling**. Jenis penjualan ini mencoba untuk melakukan pendekatan persuasif kepada konsumennya. Pedagang berusaha memberikan penjelasan/tips-tips kepada pelanggan/konsumen terkait dengan produk yang dijualnya. Pedagang memiliki pekerjaan dalam menganalisa kendala-kendala yang dihadapi konsumen kemudian menjelaskan tentang produk yang dijual akan mampu menjadi problem solver dari kendala tersebut.
3. **Missionary Selling**. Usaha penjualan yang dilakukan si penjual untuk meningkatkan volume penjualannya. Pengertian volume penjualan adalah jumlah produk yang berhasil dijual oleh pedagang kepada pembeli. Cara meningkatkan volume penjualan pada missionary selling adalah dengan pedagang mempunyai saluran pemasaran tersendiri yang akan mendistribusikan produk miliknya kepada konsumen.
4. **New Business**. Aktivitas dalam menciptakan berbagai transaksi baru melalui merubah calon konsumen menjadi pelanggan setia.

Selain terdapat jenis-jenis penjualan yang dapat dilakukan oleh para pelaku usaha ataupun perusahaan, terdapat berbagai macam transaksi penjualan yang



harus dipahami. Transaksi penjualan ini banyak ditemui di berbagai jenis penjualan dan disesuaikan dengan kondisi yang ada termasuk penyesuaian produk yang dijual.

Adapun macam-macam transaksi penjualan adalah sebagai berikut :

- **Penjualan Tunai.** Transaksi penjualan ini memiliki sifat cash and carry. Secara umum transaksi penjualan ini dilakukan secara kontan ataupun memiliki jangka tertentu yang dianggap kontan (umumnya satu bulan). Suatu usaha dapat melakukan transaksi penjualan tunai kemudian menginputnya pada catatan kas ataupun rekening.
- **Kredit.** Penjualan dengan cara kredit merupakan transaksi penjualan yang pembayarannya memiliki tenggang waktu yang biasanya dilakukan lebih dari satu bulan. Suatu usaha menerapkan transaksi penjualan kredit dengan mencatatnya pada piutang usaha pada sisi debet dan nilai produk yang dijual pada sisi kredit.
- **Tender.** Penjualan dengan tender adalah penjualan yang dilakukan dengan berbagai prosedur dan aturan tender. Pedagang/pengusaha/perusahaan mengajukan spesifikasi produk dan harga jualnya untuk diikuti pada tender kemudian calon konsumen akan memilih dari berbagai produk yang ditenderkan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.
- **Ekspor.** Aktivitas penjualan suatu produk dari dalam negeri ke luar negeri. Transaksi penjualan ini didorong dengan adanya permintaan dari pembeli di luar negeri yang mengimpor produk yang dibutuhkan.
- **Konsinyasi.** Kegiatan penjualan yang dilaksanakan dengan memberikan hak jual kepada pembeli yang sekaligus sebagai penjual. Sebagai contoh penjual A menjual produk kepada pembeli sekaligus penjual B namun produk tersebut dibayar ketika penjual B mampu menjual kembali barang tersebut dengan sebutan bagi hasil/bonus penjualan. Penjual B disini dapat disebut sebagai makelar.
- **Grosir.** Produk yang dijual tidak dilakukan secara langsung dari penjual ke pembeli namun melalui lembaga pemasaran seperti pedagang grosir atau eceran. Pedagang grosir biasanya memiliki modal lebih banyak

dibanding konsumen akhir sehingga dapat melakukan penjualan dengan volume produk yang lebih banyak untuk dijual kembali.

## **2.2 Kajian Penelitian Terdahulu**

Kajian penelitian terdahulu diperlukan sebagai bahan referensi, informasi dan acuan dalam menentukan metode dan teknik yang digunakan pada penelitian. Informasi yang diperoleh dari penelitian terdahulu dapat dijadikan sebagai pembandingan apakah penelitian yang akan dilakukan memberikan hasil yang sejalan atau sesuai dengan hasil penelitian terdahulu.

Berdasarkan penelitian Ibnu Sajari dkk (2017) mengenai analisis kelayakan usaha keripik menjelaskan hasil penelitian menunjukkan bahwa Rata-rata penerimaan pada agroindustri keripik UD. Mawar adalah Rp. 60.750.000,00/ bulan dengan biaya produksi yang dikeluarkan sebesar Rp. 38.508.054,00/ bulan. Biaya produksi tersebut terdiri dari biaya tetap sebesar Rp. 628.054,00 dan biaya variabel sebesar Rp. 37.880.000,00/ bulan. Dari hasil analisa data, didapatkan bahwa keuntungan yang diperoleh pada agroindustri keripik UD. Mawar sebesar Rp. 22.241.946,00/ bulan. Berdasarkan perhitungan kelayakan usaha (R/C) Ratio yaitu perbandingan antara penerimaan dengan total biaya diperoleh nilai (R/C) Ratio 1,57 atau  $1,57 > 1$ . (B/C) Ratio yaitu perbandingan keuntungan dengan total biaya produksi yang lebih besar dari nol yaitu memiliki angka perbandingan 0,57 atau  $0,57 > 0$ . Berdasarkan perbandingan laba dan modal produksi diperoleh nilai ROI sebesar 57%. Maka dapat disimpulkan bahwa usaha agroindustri UD. Mawar dapat dikatakan menguntungkan dan layak dijalankan.

Menurut Arie Restu Wardhani dkk (2019) Analisis kelayakan bisnis pada UKM, dijelaskan bahwa analisa kelayakan bisnis dengan nilai R/C ratio adalah 1,3 dan B/C ratio adalah 0.314. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis kripik pisang pada UKM ramesta layak untuk dijalankan. Sedangkan prosentase keuntungan berdasarkan ROI menunjukkan hasil 31,4% yang berarti bahwa terdapat keuntungan namun cukup kecil. Oleh karena itu, perlu dilakukan perbaikan aspek-aspek lain seperti proses produksi dan manajemen perusahaan agar dapat meningkatkan keuntungan

## **2.3 Pendekatan Masalah**

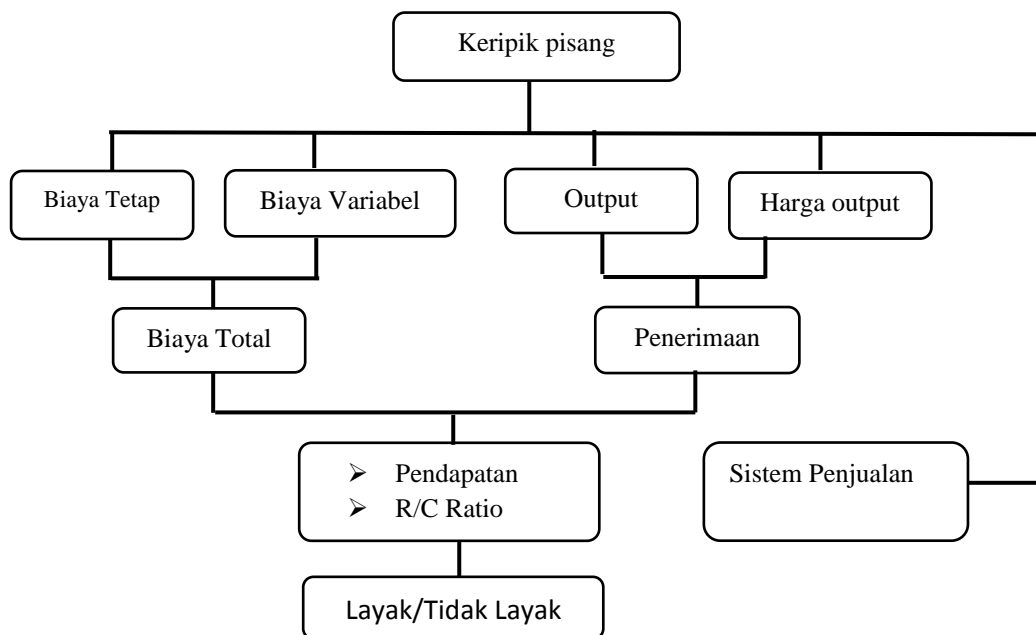
Tingginya permintaan Keripik Pisang masih belum dapat dipenuhi oleh produsen. Potensi pendukung dan permintaan yang tinggi untuk pasar lokal, merupakan salah satu peluang besar usaha bisnis yang cerah. Kegiatan usaha tentu saja mempunyai tujuan untuk memperoleh laba sebesar-besarnya dengan jalan memaksimalkan penerimaan, meminimumkan biaya, memaksimalkan penjualan dan lain sebagainya (Suparmoko, 2010). Demikian juga dengan usaha Keripik Pisang.

Analisis Kelayakan usaha menjadi acuan, yaitu agar pengusaha keripik pisang dapat membuat keputusan yang tepat, dan sehingga dapat memperoleh laba yang sebesar-besarnya. Suatu usahatani dikatakan berhasil apabila dapat memenuhi kewajiban membayar bunga modal, alat-alat luar yang digunakan, upah tenaga kerja luar serta sarana produksi yang lain dan termasuk kewajiban pada pihak ketiga. Untuk menilai suatu keberhasilan, diperlukan evaluasi terutama dari sudut pandang ekonomis antara lain biaya, pendapatan dan kelayakan usaha. Salah satu analisis usaha yang digunakan adalah dengan pendekatan pendapatan, pendapatan merupakan selisih antara penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan. Suatu usaha dikatakan layak jika nilai *R-C rasio* lebih dari satu ( $R/C > 1$ ) (Ken Suratiyah, 2008).

Pengusaha berharap dapat meningkatkan pendapatannya dalam kegiatan usaha sehingga kebutuhan hidup sehari-hari dapat terpenuhi. Harga dan produktivitas merupakan sumber dari faktor ketidakpastian, sehingga bila harga dan produksi berubah maka pendapatan yang diterima pengusaha juga berubah (Soekartawi, 1990).

Menurut Basu Swastha penjualan ialah ilmu dan seni yang mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual, untuk mengajak orang lain bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan, aktivitas penjualan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan terutama untuk mendapatkan keuntungan yang bersifat kontinuitas, pada tahapan ini penjual akan melakukan penjualan produk pada segmen pasar yang telah ditentukan. Oleh karena itu, sistem penjualan menjadi acuan dalam berlangsungnya sebuah usaha dalam jangka waktu yang lama, untuk

Alur pendekatan masalah secara lebih jelas dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Alur Pendekatan Masalah