

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Praktek Kerja Lapangan (PKL) merupakan salah satu bentuk implementasi secara sistematis dan sinkron antara program pendidikan di sekolah/kampus dengan program penguasaan keahlian yang diperoleh melalui kegiatan kerja secara langsung didunia kerja untuk mencapai tingkat keahlian tertentu (Arifin, 2014). Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pengalaman praktis serta keterampilan yang dibutuhkan dalam profesi yang dipilih. Praktek Kerja Lapangan (PKL) juga membantu mahasiswa memahami dinamika industri dan mempersiapkan mereka untuk memasuki dunia kerja, contohnya saat ini di Mitra RevoU.

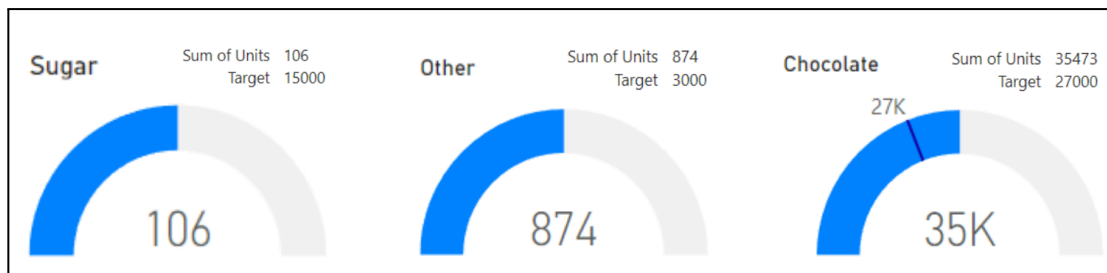
Mitra RevoU yang bergerak di bidang akademik dan memiliki berbagai *dataset* sebagai sarana pembelajaran, salah satunya yaitu *dataset US Candy Distributor*. *Dataset* ini digunakan sebagai studi kasus dalam *Capstone Project*, untuk mengolah data dari awal hingga akhir. Tahap pertama dimulai dari analisis *problem statement* berdasarkan data, melakukan cleaning data, menganalisis data, hingga merumuskan rekomendasi strategis berdasarkan hasil analisis tersebut. *Dataset US Candy Distributor* ini menyediakan informasi penjualan serta pengiriman produk dari pabrik ke pelanggan secara *geospasial*. *Dataset* ini mencakup lokasi pelanggan dan pabrik, pesanan penjualan, target, serta detail produk (Maven Analytics, 2024).

Menurut Claudia Vanesha Pitoy dkk. (2016), penjualan merupakan aktivitas utama yang mencerminkan kinerja perusahaan dalam menyediakan produk atau jasa kepada konsumen, sekaligus menjadi indikator keberhasilan dalam mencapai tujuan bisnis. Dalam industri distribusi, khususnya distribusi permen, memahami faktor - faktor yang memengaruhi penjualan menjadi sangat penting untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing perusahaan.

Berdasarkan *dataset US Candy Distributor*, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi, seperti *Customer lifetime value (CLV)*, *Gross Profit Margin*, *Regional Sales Analysis*, *Shipping Lead Time*. Masalah - masalah ini dapat berdampak negatif pada pencapaian target penjualan dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, analisis mendalam diperlukan untuk mengidentifikasi akar penyebab masalah yang memengaruhi penjualan secara langsung.

Salah satu metode yang relevan untuk memahami akar penyebab masalah adalah *Root Cause Analysis (RCA)*. Dengan metode ini, perusahaan dapat mengidentifikasi faktor utama yang memengaruhi penjualan. Keberhasilan dalam mengatasi masalah ini tidak hanya berdampak positif pada peningkatan penjualan, tetapi juga meningkatkan efisiensi proses bisnis secara keseluruhan.

Melalui penelitian ini, dilakukan analisis faktor-faktor yang memengaruhi penjualan produk gula pada dataset *US Candy Distributor*. Hasil analisis diharapkan dapat memberikan rekomendasi untuk meningkatkan penjualan dan membantu perusahaan mencapai targetnya secara lebih efektif. Data yang digunakan berasal dari sumber terpercaya, yaitu Maven Analytics (2024), yang menyediakan informasi komprehensif terkait penjualan dan distribusi produk.



Gambar 1.1 Data Penjualan Semua Divisi

Berdasarkan gambar 1.1, terdapat perbedaan signifikan antara penjualan produk *Chocolate* dan produk *Sugar*. Data menunjukkan bahwa penjualan produk *Chocolate* memiliki kontribusi penjualan yang lebih tinggi dibandingkan dengan produk *Sugar*, sementara produk dari divisi lain juga memiliki performa yang relatif

rendah. Untuk memahami penyebab rendahnya penjualan produk *Sugar* secara *komprehensif*, dilakukan analisis lebih mendalam menggunakan metode *Root Cause Analysis* (RCA). Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang berkontribusi terhadap pencapaian target penjualan yang rendah sehingga dapat dirumuskan strategi perbaikan yang tepat.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara meningkatkan total penjualan produk gula sebesar 46% di *US Candy Distributor* dari saat ini 106 unit dalam waktu 1 tahun?
2. Bagaimana solusi yang dapat diberikan kepada RevoU untuk meningkatkan penjualan *Sugar* di *US Candy Distributor* berdasarkan hasil analisis?
3. Bagaimana RevoU dapat menggunakan data historis dan tren pasar untuk menyediakan insight yang lebih mendalam bagi *US Candy Distributor* dalam mengoptimalkan strategi penjualan?

1.3 Tujuan PKL

Berikut merupakan tujuan PKL yang dirumuskan berdasarkan masalah yang Anda berikut:

1. Mengidentifikasi strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan total penjualan produk gula sebesar 46% di *US Candy Distributor*, dari 106 unit menjadi target yang telah ditentukan dalam waktu 1 tahun.
2. Memberikan solusi yang relevan kepada RevoU berdasarkan hasil analisis data, untuk mendukung peningkatan penjualan produk gula *Sugar* di *US Candy Distributor* secara efektif.
3. Melakukan analisis mendalam terhadap histori data penjualan *US Candy Distributor*, untuk meningkatkan efisiensi operasional serta daya saing produk gula di pasar.

1.4 Manfaat

1.4.1 Manfaat bagi Perusahaan

Hasil analisis dan rekomendasi yang diperoleh melalui penerapan metode *Root Cause Analysis* (RCA) diharapkan mampu membantu perusahaan, dalam hal ini *US Candy Distributor*, untuk mengidentifikasi dan mengatasi berbagai faktor penghambat yang mempengaruhi performa penjualan. Dengan pemahaman yang lebih mendalam terhadap akar permasalahan, perusahaan dapat menyusun strategi yang lebih efektif dan efisien dalam meningkatkan penjualan produk.

1.4.2 Manfaat bagi Keilmuan

Kegiatan ini juga memberikan kontribusi bagi pengembangan keilmuan, terutama dalam penerapan metode analisis data seperti *Root Cause Analysis* dalam konteks industri distribusi. Hasil penelitian yang dihasilkan dapat menjadi referensi ilmiah bagi penelitian sejenis di masa mendatang, sehingga memberikan nilai tambah dalam pengembangan metodologi dan praktik analisis data di berbagai sektor industri.

1.4.3 Manfaat bagi Pemangku Kepentingan (Stakeholder)

Bagi para pemangku kepentingan, informasi yang diperoleh dari hasil analisis ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan strategis yang lebih baik. Dengan data dan rekomendasi yang akurat, para stakeholder dapat merumuskan kebijakan yang lebih tepat untuk meningkatkan performa penjualan dan menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan bagi perusahaan.