

## Analisis Kualitas Pelayanan dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Teh Botol Sosro dalam Kemasan Botol di PT Sinar Sosro Cabang Bandung

Reky Ponco Riady, Tiris Sudrartono

Manajemen Bisnis, Politeknik Piksi Ganesha, Bandung - Indonesia

rekypr10@gmail.com, tiris.sudrartono@gmail.com

### ABSTRACT

*This study aims to analyze service quality as an effort to boost the sales of Teh Botol Sosro bottled drinks at PT Sinar Sosro's Bandung branch. The research results revealed a general increase in sales throughout 2022, albeit with monthly fluctuations influenced by factors such as season, promotions, product quality, and consumer preferences. Some issues, particularly a sales decline in September, require further analysis. The proposed solutions include in-depth data analysis, improved promotional strategies, better inventory management, understanding consumer preferences, a focus on product quality and service excellence, and collaboration with distributors. This research provides guidance for steps to enhance Teh Botol Sosro sales.*

**Keywords:** Quality of Service, Sales, Teh Botol Sosro

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan dalam upaya meningkatkan penjualan Teh Botol Sosro di PT Sinar Sosro Cabang Bandung. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan penjualan sepanjang tahun 2022, meskipun ada fluktuasi bulanan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti musim, promosi, kualitas produk, dan preferensi konsumen. Beberapa permasalahan, terutama penurunan penjualan di bulan September, memerlukan analisis lebih lanjut. Solusinya melibatkan analisis data, peningkatan strategi promosi, manajemen persediaan yang lebih baik, pemahaman konsumen, fokus pada kualitas produk, dan kerja sama dengan distributor. Penelitian ini memberikan panduan untuk langkah-langkah perbaikan guna meningkatkan penjualan Teh Botol Sosro.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Penjualan, Teh Botol Sosro

### PENDAHULUAN

Jawa Barat, sebuah provinsi yang terletak di bagian barat Pulau Jawa, menawarkan beragam minuman yang kaya akan cita rasa dan tradisi lokal. Salah satu minuman yang populer adalah minuman teh, Teh merupakan minuman yang sangat populer di Jawa Barat, dan daerah ini memiliki beberapa variasi teh yang unik dan lezat. Teh sendiri adalah minuman yang sehat dan menyegarkan, dapat disajikan panas maupun dingin.

PT. Sinar Sosro, yang berlokasi di Jalan Raya Sultan Agung KM. 28 kelurahan Medan Satria Bekasi, adalah perusahaan teh siap minum dalam kemasan botol pertama di Indonesia dan di dunia. Didirikan secara resmi pada tanggal 17 Juli 1974 oleh Bapak Soegiharto Sosrodjojo. Produk Teh botol Sosro hanya menggunakan

bahan baku asli dan alami. Daun teh dipetik dari perkebunan sendiri dan diolah menjadi teh wangi dengan campuran bunga melati dan bunga gambir, yang menghasilkan rasa unik dengan kualitas yang terjamin. Hingga saat ini, PT. Sinar Sosro telah memiliki 12 pabrik di seluruh Indonesia, serta pabrik khusus untuk memproduksi air mineral Prim-A. Selain itu, produknya telah didistribusikan ke seluruh Nusantara dan diekspor ke beberapa negara di Asia, Amerika, Eropa, Afrika, Australia, dan Kepulauan Pasifik. (Sinar Sosro, 2018)

Di Jawa Barat teh botol sosro perkembangannya cukup baik dan menguasai pasar seperti swalayan, grosir, warung, dan tempat makan. Untuk terus tetap meningkatkan reputasi perusahaan PT. Sinar sosro cukup sering mengadakan event di Jawa Barat tujuannya adalah untuk meningkatkan penjualan dan tetap membuat perusahaan bersaing di pasar jawa barat. Dengan perkembangan PT. Sinar sosro maka dibutuhkan kualitas pelayanan yang sangat baik agar tetap bisa bertahan di pasar jawa barat.

Kualitas pelayanan telah menjadi faktor yang menentukan dalam menjaga keberlangsungan suatu organisasi birokrasi pemerintah maupun organisasi perusahaan. Menurut Kotler (dalam Aditia et al., 2021) mengemukakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/ kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Menurut Tjiptono & Chandra (dalam Abdul Gofur, 2019), menjelaskan terdapat dua faktor yang mempengaruhi kualitas sebuah layanan, yaitu: *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). Tjiptono (dalam Ibrahim & Thawil, 2019) menguraikan bahwa kualitas layanan adalah suatu bentuk upaya dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen dan ketepatan penyampaiannya dalam menyeimbangkan harapan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan isu krusial bagi setiap perusahaan, apapun bentuk produk yang dihasilkan. Kualitas pelayanan secara sederhana bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan, menurut Tjiptono (dalam Wijanarko, 2018) kepuasan pelanggan akan tercapai apabila kualitas jasa yang diberikan meliputi 5 dimensi yaitu: *Tangibles* (Penampilan fisik), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Tanggapan), *Assurance* (Kepastian), *Empathy* (Perhatian). Tjiptono (dalam Kodu, 2013). Tjiptono menyatakan, *service quality* merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. (Weenas et al., 2013). Goetsch dan Davis (2013) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. (Abdul Gofur, 2019).

Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (dalam Wijanarko, 2018), *Tangibles* (Penampilan fisik) kemasan teh botol sosro kemasan botol plastik ini biasanya ringan, tahan pecah, dan mudah untuk dibawa. Kemasan teh botol biasanya dilengkapi dengan label produk yang mencantumkan informasi penting seperti merek teh dan

varian rasa. Misalnya rasa original, less sugar dan tawar. Komposisi bahan, tanggal kedaluwarsa, serta informasi nutrisi. Label ini juga mungkin berisi gambar atau ilustrasi yang menarik untuk menarik perhatian konsumen. Lalu ada Reability (Kehandalan), menurut keterangan karyawan internal dari PT. Sinar sosro cabang bandung, rasa teh botol sosro dalam varian rasa original cenderung dikenal karena rasa teh yang klasik dan autentik. Rasa ini telah memikat banyak konsumen selama bertahun-tahun. Sosro umumnya dikenal sebagai merek yang peduli akan kualitas produk mereka. Mereka sering menjalani berbagai uji kualitas dan kontrol mutu untuk memastikan bahwa produk mereka tetap memenuhi standar yang tinggi.

Teh botol Sosro sangat populer di Indonesia dan banyak negara lainnya. Popularitas ini sendiri dapat dianggap sebagai indikator positif atas reputasi merek. Lalu ada Responsiveness (Responsifitas) Responsifitas Sosro dapat dinilai dari seberapa cepat mereka merespons pertanyaan atau komentar pelanggan, baik melalui email, media sosial, atau layanan pelanggan telepon. Bagaimana Sosro menangani keluhan atau masalah yang dilaporkan oleh pelanggan juga merupakan bagian dari responsifitas mereka. Ini termasuk mengganti produk yang rusak atau memberikan solusi bagi pelanggan yang tidak puas. Assurance (Kepastian) Sosro dapat memberikan jaminan bahwa bahan baku yang digunakan dalam pembuatan teh mereka adalah berkualitas tinggi dan bebas dari kontaminan yang tidak diinginkan. Merek ini dapat memastikan bahwa seluruh proses produksi dari pembuatan teh hingga pengisian botol dilakukan dengan standar kualitas yang ketat dan sesuai dengan regulasi yang berlaku. Merek ini harus memastikan konsistensi rasa yang tinggi di setiap botol. Konsumen yang membeli produk ini berharap rasa yang sama setiap kali mereka membelinya. Reputasi merek dan sertifikasi kualitas dapat memberikan jaminan tambahan kepada konsumen. Jika Sosro memiliki sertifikasi seperti ISO (International Organization for Standardization) atau sertifikasi lain yang relevan, ini dapat meningkatkan keyakinan konsumen terhadap produk mereka. Dan ada Emphaty (Perhatian) Merek seperti Sosro dapat memahami preferensi rasa dan jenis teh yang diinginkan oleh konsumen. Ini bisa berarti menawarkan berbagai varian rasa seperti original, less sugar dan tawar untuk memenuhi selera beragam. Memahami bahwa konsumen menginginkan produk yang berkualitas tinggi, merek ini harus memastikan kualitas bahan baku, proses produksi yang ketat, dan kualitas rasa yang konsisten.

Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dikatakan baik atau positif. Jika perceived service melebihi expected service, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal dan sebaliknya. Kualitas pelayanan yang baik memainkan peran yang sangat penting dalam kesuksesan suatu perusahaan. Perusahaan yang mampu menyediakan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan cenderung mendapatkan keunggulan kompetitif yang lebih tinggi dan meningkatkan penjualan produk mereka.

Pelayanan pelanggan merupakan elemen kritis dalam dunia bisnis yang memainkan peran sentral dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

Pelayanan pelanggan menurut (Putra, 2021) adalah metode yang digunakan perusahaan untuk mengelola hubungan perusahaan dengan pelanggan, termasuk didalamnya proses-proses rekam data dan pengelolaan data pelanggan dan proses internal lainnya yang berkaitan. Sementara, menurut Kotler & Armstrong (dalam Perdana & Irwansyah, 2019), Pelayanan pelanggan atau customer service diartikan sebagai suatu bagian dari perusahaan yang memiliki fungsi sebagai sumber informasi sekaligus perantara bagi pelanggan yang ingin mendapatkan jasa pelayanan maupun produk.

Bagi perusahaan, pelayanan yang berkualitas bukan hanya sekadar tanggung jawab, tetapi juga menjadi kunci utama dalam mencapai kesuksesan dan pertumbuhan bisnis. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, PT Sinar Sosro, sebagai salah satu perusahaan minuman ternama di Indonesia, tidak terkecuali dalam menghadapi tantangan untuk terus meningkatkan penjualan produknya.

Dengan memperhatikan pentingnya analisis kualitas pelayanan dalam konteks peningkatan penjualan produk di PT Sinar Sosro Bandung, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam mengenai sejauh mana pelayanan pelanggan berkontribusi pada pencapaian target penjualan perusahaan. Dalam kaitannya, penelitian ini akan menganalisis berbagai aspek pelayanan yang mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap PT Sinar Sosro serta bagaimana perusahaan dapat meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanan tersebut.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting bagi PT Sinar Sosro dalam memahami sekaligus mengoptimalkan strategi pelayanan pelanggan sebagai bagian integral dari upaya meningkatkan penjualan produk. Hasil penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan masukan dan rekomendasi bagi perusahaan untuk terus meningkatkan daya saing dan menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri minuman.

Dalam tulisan ini, kami akan membahas metodologi penelitian, konsep dasar yang relevan, serta hasil temuan dan analisis terkait kualitas pelayanan di PT Sinar Sosro Bandung. Selain itu, kami juga akan mengupas rekomendasi strategis yang dapat diimplementasikan oleh perusahaan guna meningkatkan pengalaman pelanggan, memperkuat loyalitas, dan akhirnya meningkatkan penjualan produk dalam lingkup yang lebih luas.

**Tabel 1. Data Penjualan Teh Botol Sosro kemasan botol Tahun 2022**

Sumber: PT. Sinar Sosro KPW Jabar 2023

Bulan	Jumlah unit	Pencapaian
Januari	25.200 karton	-
Februari	25.200 karton	-
Maret	25.700 karton	1.98%

April	25.700 karton	-
Mei	26.000 karton	1.17%
Juni	26.150 karton	0.58%
Juli	26.300 karton	0.57%
Agustus	26.700 karton	1.52%
September	26.000 karton	-2.62%
Oktober	26.400 karton	1.54%
Novermber	26.500 karton	0.38%
Desember	26.900 karton	1.51%

Secara keseluruhan, data penjualan teh botol sosro kemasan botol ini mengindikasikan tren umum peningkatan dari awal hingga akhir tahun, dengan beberapa bulan mengalami fluktuasi dan kenaikan yang lebih besar. Meskipun ada bulan-bulan tertentu yang mengalami penurunan, tren umum menunjukkan pertumbuhan yang stabil sepanjang tahun. Ini menunjukkan adanya upaya untuk meningkatkan kinerja dari waktu ke waktu, walaupun dengan beberapa variasi yang normal dalam proses tersebut.

Alasan dibuatnya tabel diatas adalah untuk memantau kinerja PT. Sinar sosro cabang bandung, tabel tersebut memberikan pandangan visual yang jelas tentang pencapaian bulanan dalam bentuk jumlah unit. Ini memungkinkan manajer atau pihak terkait untuk dengan mudah memantau kinerja perusahaan dari bulan ke bulan. Hal ini dapat membantu dalam perencanaan strategi untuk mengatasi fluktuasi dalam produksi atau penjualan. Data yang diurutkan dalam bentuk tabel memungkinkan pengamatan yang cepat terhadap pola-pola dalam pertumbuhan. Tabel ini menunjukkan bahwa ada kenaikan sekitar 1-2% dalam beberapa bulan, dengan penurunan di bulan tertentu. Ini bisa menjadi titik awal untuk menganalisis penyebab tren ini.

Penelitian ini nampaknya diilhami oleh beberapa dugaan permasalahan yang mendasar, yang kemudian mendorong penulis untuk mengadakan penelitian. Pertama, perubahan yang konstan dan kadang-kadang fluktuatif dalam jumlah unit produksi dari bulan ke bulan menciptakan pertanyaan mengenai penyebab di balik fluktuasi tersebut. Kedua, tren kenaikan dan penurunan yang teramati selama beberapa bulan mungkin menjadi tanda bahwa ada kualitas yang menurun pada tabel tersebut. Seperti penjualan yang menurun hal ini diduga adanya kualitas pelayanan yang belum maksimal, untuk mengetahui hal tersebut maka diadakan penelitian dengan judul *Analisis Kualitas Pelayanan dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Teh Botol Sosro dalam Kemasan Botol di PT Sinar Sosro Cabang Bandung*. Dengan tujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dilakukan oleh PT. Sinar sosro cabang Bandung sudah maksimal atau belum.

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan kualitatif dipilih dalam penelitian ini dengan tujuan mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang persepsi dan pengalaman pelanggan terkait kualitas pelayanan. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi aspek-aspek yang kompleks dan kontekstual dari interaksi pelanggan dengan layanan, sehingga dapat menggambarkan nuansa yang lebih kaya dan mendalam tentang bagaimana kualitas pelayanan memengaruhi persepsi dan keputusan pembelian. Dengan fokus pada narasi dan interpretasi, pendekatan kualitatif akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika yang terlibat dalam upaya meningkatkan penjualan Teh Botol Sosro dalam kemasan botol di PT Sinar Sosro Cabang Bandung.

Dalam konteks penelitian ini, populasi yang diidentifikasi adalah para pelanggan Teh Botol Sosro di cabang Bandung. Pemilihan sampel dilakukan dengan cermat untuk memastikan keberagaman dan representasi yang memadai dari populasi tersebut. Prosedur pemilihan sampel mencakup langkah-langkah yang dirancang secara hati-hati untuk memilih sekelompok responden yang mewakili beragam karakteristik dan preferensi pelanggan. Dengan pendekatan ini, peneliti berupaya memastikan bahwa analisis yang dilakukan mampu mencerminkan pandangan dan pengalaman yang luas dari berbagai tipe pelanggan, sehingga temuan dan kesimpulan penelitian memiliki validitas yang kuat dalam menggambarkan hubungan antara kualitas pelayanan dan penjualan Teh Botol Sosro dalam kemasan botol.

Untuk mengumpulkan data yang relevan dan mendukung tujuan penelitian ini, akan digunakan berbagai teknik pengumpulan data yang terencana dengan baik. Teknik-teknik ini termasuk wawancara mendalam dengan pelanggan dan staf yang berpengalaman, serta observasi langsung terhadap interaksi yang terjadi antara pelanggan dan layanan di PT Sinar Sosro Cabang Bandung. Melalui wawancara mendalam, peneliti dapat mendapatkan wawasan mendalam tentang persepsi, harapan, dan pengalaman pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Di sisi lain, observasi langsung akan memberikan pemahaman yang lebih kaya tentang bagaimana interaksi sehari-hari antara pelanggan dan staf berkontribusi pada persepsi keseluruhan tentang kualitas layanan. Kedua teknik ini akan berfungsi sebagai sarana penting untuk mendapatkan pandangan yang komprehensif dan mendalam tentang peran kualitas pelayanan dalam upaya meningkatkan penjualan Teh Botol Sosro dalam kemasan botol di cabang ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Terdapat fluktuasi bulanan dalam jumlah unit penjualan. Fluktuasi ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Berikut adalah beberapa faktor yang mungkin mempengaruhi naik dan turunnya penjualan:

1. Musim dan Cuaca: Faktor cuaca seperti musim hujan atau musim panas bisa mempengaruhi minat konsumen terhadap minuman. Pada bulan-bulan tertentu, seperti musim panas, minuman dingin seperti Teh Botol Sosro mungkin lebih diminati, sementara selama musim hujan, minuman panas mungkin lebih populer.
2. Promosi dan Kampanye: Upaya promosi dan kampanye penjualan yang dilakukan oleh perusahaan dapat meningkatkan penjualan. Misalnya, penawaran diskon, hadiah, atau promosi khusus dapat meningkatkan minat konsumen.
3. Penawaran Produk: Ketersediaan berbagai varian rasa atau paket produk yang menarik dapat mempengaruhi penjualan. Jika ada varian baru atau produk yang mendapat perhatian khusus, ini dapat menggerakkan penjualan.
4. Persaingan di Pasar: Aktivitas pesaing di pasar juga dapat mempengaruhi penjualan. Jika pesaing menawarkan produk serupa dengan harga lebih rendah atau dengan promosi yang lebih menarik, ini dapat menggeser preferensi konsumen.
5. Perilaku Konsumen: Faktor-faktor seperti perubahan preferensi konsumen, tren makanan dan minuman, atau perubahan dalam kebiasaan konsumen dapat mempengaruhi permintaan produk.
6. Ekonomi: Kondisi ekonomi, termasuk tingkat inflasi, pendapatan konsumen, dan stabilitas ekonomi, juga dapat berdampak pada keputusan konsumen untuk membeli produk.
7. Kejadian Khusus: Kejadian khusus seperti liburan, perayaan, atau acara tertentu dapat mempengaruhi permintaan produk tertentu. Misalnya, penjualan mungkin meningkat selama liburan atau perayaan.
8. Kualitas Produk dan Pelayanan: Kualitas produk dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan juga dapat memengaruhi persepsi konsumen dan, akhirnya, penjualan. Jika produk berkualitas tinggi dan pelayanan memuaskan, konsumen mungkin lebih cenderung untuk membeli produk secara konsisten.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini, perusahaan dapat merencanakan strategi penjualan yang lebih efektif dan beradaptasi dengan fluktuasi dalam permintaan pasar. Analisis lebih lanjut terhadap data penjualan dan pemahaman yang mendalam tentang perilaku konsumen akan membantu dalam mengoptimalkan kinerja penjualan dan meningkatkan keberhasilan bisnis.

Tulisan ini membahas tentang analisis kualitas pelayanan dalam upaya meningkatkan penjualan Teh Botol Sosro dalam kemasan botol di PT Sinar Sosro Cabang Bandung. Penelitian ini mencoba memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan produk tersebut, termasuk aspek kualitas produk dan pelayanan. Penulis menguraikan konsep kualitas pelayanan berdasarkan pendapat dari berbagai sumber, seperti Kotler, Tjiptono, dan lainnya. Konsep kualitas pelayanan melibatkan berbagai dimensi, termasuk tangibles (penampilan fisik),

reliability (kehandalan), responsiveness (responsifitas), assurance (kepastian), dan empathy (perhatian). Kualitas pelayanan yang baik diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan akhirnya meningkatkan penjualan produk. Tulisan ini juga mencantumkan data penjualan Teh Botol Sosro kemasan botol selama tahun 2022, dengan beberapa analisis terkait tren penjualan dan fluktuasi bulanan. Penulis mencoba mengidentifikasi akar permasalahan yang mendasari fluktuasi tersebut, seperti faktor musiman, promosi, kualitas produk, dan lainnya.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penulis memberikan beberapa solusi pemecahan, termasuk analisis data yang lebih mendalam, perbaikan strategi promosi, manajemen persediaan yang lebih tepat, peningkatan kualitas produk, pelayanan pelanggan yang unggul, pemahaman terhadap preferensi konsumen, dan lainnya. Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan melibatkan wawancara mendalam dengan pelanggan dan staf perusahaan serta observasi langsung terhadap interaksi pelanggan dengan layanan. Hal ini memungkinkan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana kualitas pelayanan memengaruhi penjualan. Akhirnya, penulis mencantumkan daftar pustaka yang mencakup berbagai sumber referensi yang digunakan dalam tulisan ini. Tulisan ini memberikan pemahaman awal tentang bagaimana kualitas pelayanan dapat memengaruhi penjualan produk dan memberikan kerangka kerja untuk analisis lebih lanjut dalam upaya meningkatkan penjualan Teh Botol Sosro dalam kemasan botol di PT Sinar Sosro Cabang Bandung.

## KESIMPULAN

- Perubahan dalam tawaran produk atau promosi pesaing. Mempertimbangkan strategi yang dapat menghadapi persaingan dengan efektif.
- Peningkatan Kesadaran Merek : Melakukan upaya untuk meningkatkan kesadaran merek Teh Botol Sosro di pasar. Ini bisa melalui kampanye branding yang kuat, iklan yang kreatif, dan promosi yang terarah.
- Pengembangan Varian Produk : Mengembangkan varian produk yang dapat menarik berbagai preferensi konsumen. Mungkin ada peluang untuk memperluas jajaran rasa atau ukuran kemasan.
- Perbaikan Kualitas Pelayanan : Memastikan bahwa kualitas pelayanan di PT Sinar Sosro Cabang Bandung selalu mencapai standar tertinggi, sesuai dengan konsep kualitas pelayanan yang telah dijelaskan dalam tulisan ini.
- Pendalaman Pemahaman Terhadap Bulan September : Khusus untuk penurunan penjualan pada bulan September, perusahaan perlu melakukan penelitian lebih mendalam untuk memahami penyebabnya. Ini dapat melibatkan wawancara dengan pelanggan dan analisis data yang lebih mendalam.
- Kerja Sama dengan Distributor : Peningkatan kerja sama dengan distributor juga dapat membantu dalam memastikan produk tersedia di berbagai titik penjualan di seluruh Bandung.

- Pemanfaatan Teknologi : Menggunakan teknologi dalam memantau penjualan, mengelola persediaan, dan memahami preferensi konsumen. Ini bisa melibatkan sistem manajemen persediaan yang terkomputerisasi atau platform analitik untuk memahami data penjualan dengan lebih baik.

## SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis, berikut adalah beberapa rekomendasi strategis yang dapat membantu PT Sinar Sosro Cabang Bandung dalam upaya meningkatkan penjualan Teh Botol Sosro dalam kemasan botol.

- Analisis Data yang Mendalam : Perusahaan perlu melakukan analisis data yang lebih mendalam untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi fluktuasi penjualan bulanan. Hal ini dapat menjadi dasar untuk mengambil tindakan yang lebih tepat.
- Penyempurnaan Strategi Promosi : Evaluasi dan perbaiki strategi promosi dan kampanye iklan. Fokuskan upaya promosi pada bulan-bulan dengan penjualan yang lebih rendah untuk meningkatkan minat konsumen.
- Manajemen Persediaan yang Tepat : Tingkatkan manajemen persediaan agar dapat mengantisipasi fluktuasi musiman dan permintaan. Ini akan membantu mengurangi risiko kelebihan atau kekurangan stok.
- Peningkatan Kualitas Produk : Pastikan bahwa kualitas Teh Botol Sosro tetap konsisten dan memenuhi standar tertinggi. Keluhan terkait kualitas perlu diatasi dengan cepat.
- Pelayanan Pelanggan yang Unggul : Fokus pada pelayanan pelanggan yang baik, responsif, dan ramah. Mendengarkan keluhan pelanggan dengan serius dan memberikan solusi yang memuaskan.
- Pemahaman Terhadap Preferensi Konsumen : Lakukan penelitian pasar dan survei konsumen untuk memahami lebih baik preferensi konsumen, tren, dan perubahan dalam selera konsumen.
- Kerja Sama dengan Distributor : Tingkatkan kerja sama dengan distributor untuk memastikan produk tersedia di berbagai lokasi dan kanal penjualan.
- Pengembangan Varian Produk : Pertimbangkan untuk mengembangkan varian produk yang dapat menarik berbagai preferensi konsumen.
- Perbaiki Kualitas Pelayanan : Pastikan bahwa kualitas pelayanan di PT Sinar Sosro Cabang Bandung selalu mencapai standar tertinggi.
- Pemanfaatan Teknologi : Gunakan teknologi dalam memantau penjualan, mengelola persediaan, dan memahami preferensi konsumen. Sistem manajemen persediaan yang terkomputerisasi dan analitik data dapat membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan yang lebih baik.

Dengan menerapkan rekomendasi-rekomendasi di atas, PT Sinar Sosro Cabang Bandung diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk Teh Botol Sosro dalam kemasan botol, mengatasi fluktuasi bulanan, dan memperkuat posisinya di

pasar minuman di Jawa Barat. Peningkatan kualitas produk, pelayanan pelanggan, dan pemahaman yang lebih baik tentang pasar akan membantu perusahaan untuk tetap bersaing di lingkungan bisnis yang kompetitif.

## DAFTAR PUSTAKA

### Jurnal Ilmiah

- Junaedi, D.: & Salistia, F.. 2020. Dampak Pandemi *COVID-19* terhadap Pasar Modal di Indonesia: Studi Kasus Indeks Saham Komposit (IHSG). *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 2 (2) 2020, 1-21
- Mustaqim, A. (2017). Teori Hudûd Muhammad Syahrur dan Kontribusinya dalam Penafsiran Al-Qur'an. *AL QUDS: Jurnal Studi Alquran dan Hadis*, 1 (1), 01-26. doi: <http://dx.doi.org/10.29240/alquds.v1i1.163>.

### Buku

- Georgieva, Kristalina. 2020. *Fiscal Monitoring: Policies to Support Peoplr Durig the COVID-19 Pandemic*. Washington DC: IMF. ISBN 978-1-51353-769-6
- Hicman, G.R dan Lee, D.S. 2016. *Mengelola Sumber Daya Manusia di Sektor Publik: Tanggung Jawab Berbagi. Nilai Keempat..* New York: Harcourt Collage Publisher

### Seminar Prosiding:

- Fang, Q., Zhao, F., & Guibas, L. 2020. Penginderaan ringan dan protokol komunikasi untuk penghitungan dan agregasi target. Dalam M. Gerla, A. Ephremides, & M. Srivastava (Eds.), *MobiHoc '03 Simposium ACM IV 2020*.

### Media Online

- Mulyani, Sri. 2020. Ekonomi Indonesia Masuk Skenario Sangat Berat. Diakses dari *Detik.com* pada Kamis 7 Mei 2020 pukul 8.30.
- Mulyani, Sri. 2020. Pemerintah Waspada Dampak Pandemi *COVID-19* Terhadap Ekonomi Indonesia. Siaran pers Kenenterian Keuangan RI pada 17 SARil 2020. diakses dari portal <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/siaran-pers/siaran-pers-pemerintah-waspada-dampak-pandemi-COVID-19-terhadap-ekonomi-indonesia/> pada 7 Mei 2020 pukul 11.00 WIB.