

BAB IV

LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Singkat PT. Rizki Mining Pratama

Rizki Mining Pratama didirikan berdasarkan akta pendirian nomor 4 pada hari Kamis, tanggal 5 Agustus 2004, yang dibuat di hadapan Hj. Tri Titi Titis Wati, S.H. seorang notaris yang berkedudukan di Martapura. Pendirian ini dilaksanakan berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku di Indonesia, serta telah mendapatkan persetujuan oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan diterbitkannya Surat Keputusan Menteri tentang pengesahan badan hukum PT. Rizki Mining Pratama.

Latar belakang pendirian PT. Rizki Mining Pratama berasal dari Provinsi Kalimantan Selatan yang menjadi potensi besar penghasil sumber daya jenis batubara. Melihat potensi tersebut, pendirian perusahaan yang bergerak di bidang pertambangan batubara menjadi langkah strategis untuk memanfaatkan kekayaan alam secara optimal. Dengan cadangan batubara yang melimpah dan permintaan yang terus meningkat, baik untuk kebutuhan energi dalam negeri maupun luar negeri, perusahaan ini didirikan untuk mengelola sumber daya tersebut secara berkelanjutan. sehingga

memutuskan untuk membentuk perusahaan yang berfokus pada pertambangan batubara ini.

Pada awal pendiriannya, PT. Rizki Mining Pratama didirikan oleh sejumlah pemegang saham utama yang juga berperan sebagai pendiri perusahaan. Pendiri perusahaan tersebut antara lain:

- a. Tuan Sugiri Saleh, lahir di Comal pada tanggal 13 November 1950 dengan status pekerjaan swasta yang bertempat tinggal di Martapura dengan status sebagai Warga Negara Indonesia.
- b. Tuan Muhammad Taufik Anshari, lahir di Kupang pada tanggal 24 Maret 1968 dengan status pekerjaan swasta yang bertempat tinggal di Desa Tanjung Rema Darat, RT.003/RW.002 Martapura dengan status sebagai Warga Negara Indonesia.
- c. Tuan Abdullah Mansyur, lahir di Gambut pada tanggal 2 Mei 1949 dengan status pekerjaan swasta yang bertempat tinggal di Martapura dengan status sebagai Warga Negara Indonesia.

Dalam akta pendirian, terdapat beberapa ketentuan penting yang mengatur jalannya perusahaan. PT. Rizki Mining Pratama didirikan dengan jangka waktu tidak terbatas sejak pendiriannya. Kantor pusat perusahaan berlokasi di Sentra Bisnis Artha Gading Blok A 7A 1-3th Floor, Kelapa Gading Barat, Jakarta Utara, DKI Jakarta - Indonesia, dan perusahaan memiliki wewenang untuk mendirikan cabang atau perwakilannya di berbagai lokasi, baik di dalam ataupun di luar wilayah Republik Indonesia,

sesuai dengan keputusan direksi yang disetujui oleh komisaris. Selain itu, setiap keputusan penting dalam perusahaan disahkan melalui Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Dengan dasar hukum yang kuat dan kepemimpinan yang kompeten, PT. Rizki Mining Pratama berkomitmen untuk terus berkembang dan memperluas cakupan bisnisnya. Salah satu strategi utama yang dijalankan adalah ekspansi ke pasar nasional maupun internasional guna meningkatkan daya saing perusahaan di industri pertambangan. Selain itu, perusahaan juga berupaya meningkatkan kapasitas produksi serta layanan untuk memenuhi permintaan yang terus berkembang. Inovasi dalam bidang usaha utama menjadi fokus penting dalam menjaga efisiensi operasional dan kualitas produk. Tak hanya itu, PT. Rizki Mining Pratama juga berinvestasi dalam pengembangan teknologi serta mempertimbangkan perluasan usaha guna menciptakan sumber pendapatan baru dan memastikan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Sebagai perusahaan yang berbadan hukum, PT. Rizki Mining Pratama berupaya untuk selalu beroperasi sesuai dengan regulasi dan standar yang berlaku di industri pertambangan, pembangunan, perdagangan, perindustrian, pengangkutan darat dan jasa, serta terus memberikan nilai tambah bagi pemegang saham, karyawan, dan pelanggan.

2. Profil PT. Rizki Mining Pratama

Nama Perusahaan : PT. Rizki Mining Pratama

Bidang Usaha : Perusahaan pertambangan dan perdagangan
Batubara

Alamat : Sentra Bisnis Artha Gading Blok A 7A 1-3th
Floor, Kelapa Gading Barat, Jakarta Utara, DKI
Jakarta - Indonesia

Telepon : 0821-4959-0909

Email : rmp.coalmining@gmail.com

3. Logo Resmi PT. Rizki Mining Pratama

Gambar 4.1

Logo resmi PT. Rizki Mining Pratama



Sumber : PT. Rizki Mining Pratama, 2025

4. Visi dan Misi PT. Rizki Mining Pratama

a. Visi

“A mining company must provides continues the best behave consistently based on quality educate one self to focus on productivity sincere to give priority to safety thoroughly caring the environment”

Artinya : “Sebuah perusahaan pertambangan harus senantiasa memberikan yang terbaik, berperilaku secara konsisten berdasarkan kualitas, mendidik diri sendiri untuk fokus pada produktivitas, tulus dalam memprioritaskan keselamatan, serta peduli sepenuhnya terhadap lingkungan.”

b. Misi

“dedicated to give the best and prosperity to the stakeholder employee, customer, shareholder, environment, and nation.”

Artinya : “berkomitmen untuk memberikan yang terbaik dan kesejahteraan kepada pihak pihak yang terkait, termasuk karyawan, pelanggan, pemegang saham, lingkungan, dan negara.”

5. Tujuan Perusahaan

Sesuai dengan yang tercantum dalam akta pendiriannya, PT. Rizki Mining Pratama bergerak di bidang pertambangan, pembangunan, perdagangan, perindustrian, pengangkutan dan jasa. Tujuan utama perusahaan meliputi:

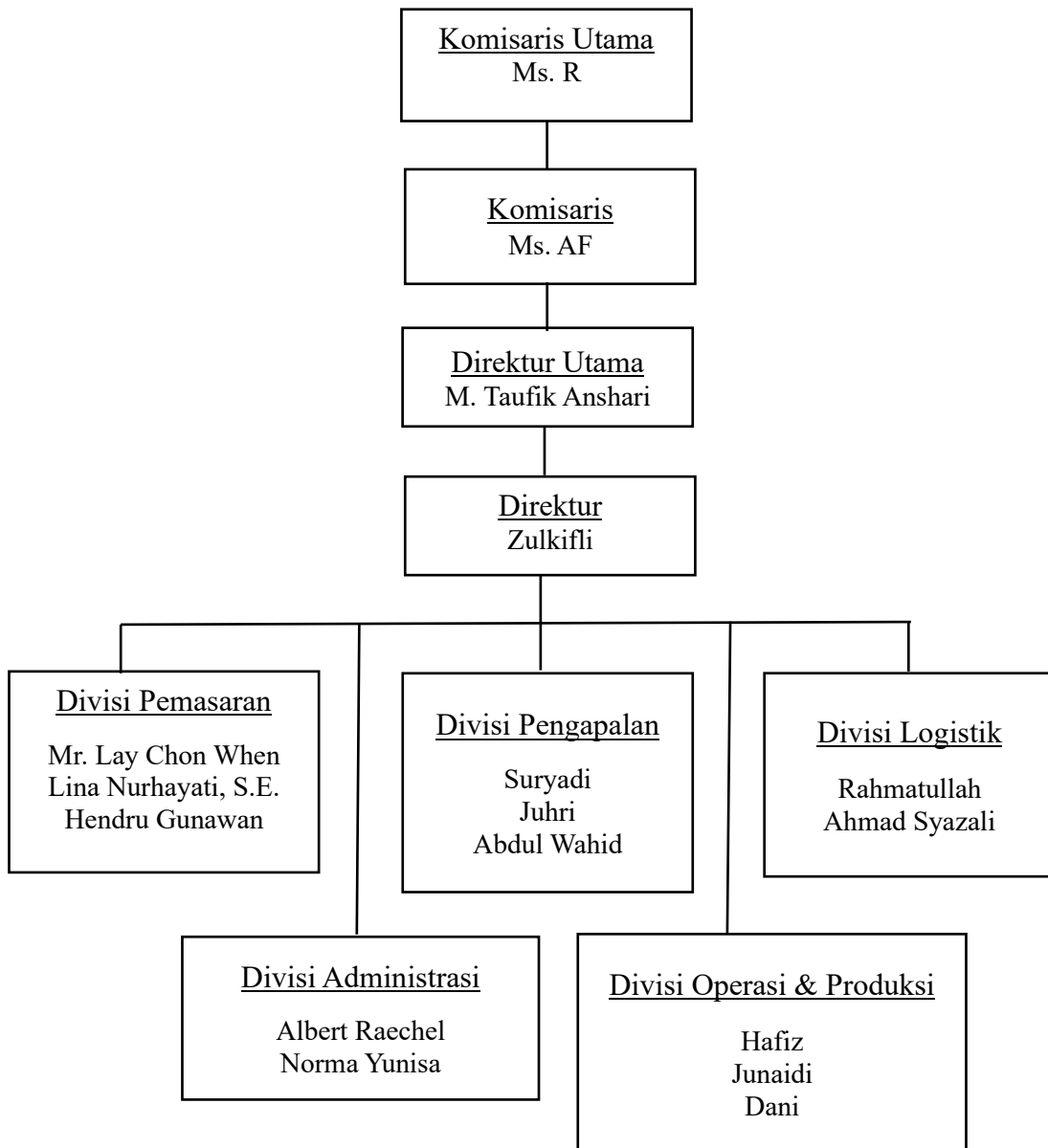
- a. Menjalankan usaha-usaha dibidang pertambangan yang meliputi :
 - 1) Nikel
 - 2) Batubara
 - 3) Timah dan logam
 - 4) Bijih uranium dan thorium
 - 5) Pasir besi dan bijih besi
 - 6) Penggalian batuan tambang, tanah liat, granit, gamping dan pasir
 - 7) Tambang non migas
 - 8) Explorasi dan eksploitasi air mineral
 - 9) Pengeboran
- b. Menjalankan usaha-usaha dibidang pembangunan yang meliputi :
 - 1) Pemborongan bidang pertambangan minyak, gas, dan panas bumi
 - 2) Pemborongan bidang pertambangan umum
 - 3) Konstruksi besi dan baja
- c. Menjalankan usaha-usaha dibidang perdagangan yang meliputi :
 - 1) Ekspor dan impor
 - 2) Perdagangan besar lokal
 - 3) Grosir, supplier, leveransier dari badan-badan perusahaan
 - 4) Penyalur bahan bakar minyak tanah, solar, dan gas
 - 5) Ekspor impor dan perdagangan bahan bakar minyak tanah dan gas
 - 6) Ekspor impor dan perdagangan bahan bakar padat atau batubara
 - 7) Ekspor impor dan perdagangan logam, baja, dan aluminium

- d. Menjalankan usaha-usaha dibidang perindustrian yang meliputi :
- 1) Industri barang galian bukan logam
 - 2) Industri logam dan baja
 - 3) Industri pengolahan barang-barang dari logam, baja, dan aluminium.
 - 4) Industri pengolahan barang-barang dari hasil pertambangan
 - 5) Industri semen
 - 6) Industri gas dan LPG (Liquid Petroleum Gas)
- e. Menjalankan usaha-usaha dibidang pengangkutan yang meliputi :
- 1) Menjalankan usaha dibidang transportasi
 - 2) Transportasi pertambangan dan perminyakan
- f. Menjalankan usaha-usaha dibidang jasa yang meliputi :
- 1) Sarana penunjang perusahaan pertambangan
 - 2) Konsultasi bidang pertambangan dan jasa bidang pertambangan
 - 3) Jasa penunjang kegiatan pertambangan
 - 4) Konsultasi bidang lapangan minyak, gas dan panas bumi.

6. Struktur Organisasi PT. Rizki Mining Pratama

Tabel 4.1

Struktur Organisasi PT. Rizki Mining Pratama



Sumber : PT. Rizki Mining Pratama, 2025

7. Tugas bagian PT. Rizki Mining Pratama

a) Tugas komisaris utama dan komisaris

- 1) Memastikan direksi menjalankan tugasnya sesuai visi dan strategi perusahaan.
- 2) Mengawasi kebijakan bisnis agar tetap sesuai dengan tujuan perusahaan dan regulasi yang berlaku.
- 3) Memberikan masukan kepada direksi terkait perkembangan industri dan langkah bisnis.
- 4) Menyarankan perbaikan jika ada kebijakan atau keputusan yang dianggap kurang tepat.
- 5) Membantu perusahaan dalam menghadapi tantangan dan peluang di sektor trading batubara.
- 6) Memastikan perusahaan beroperasi sesuai hukum dan peraturan yang berlaku, termasuk terkait lingkungan dan perizinan.
- 7) Mengawasi penerapan tata kelola perusahaan yang baik.
- 8) Menghindari adanya konflik kepentingan dalam pengambilan keputusan bisnis.
- 9) Memastikan bahwa keputusan bisnis yang diambil direksi menguntungkan pemegang saham.
- 10) Berhak menyetujui atau menolak keputusan besar yang diusulkan direksi, seperti investasi besar, ekspansi, atau perubahan kebijakan utama.

11) Ikut serta dalam rapat umum pemegang saham (RUPS) untuk membahas strategi bisnis.

b) Tugas direktur utama dan direktur

- 1) Menentukan visi, misi, dan strategi perusahaan dalam industri batu bara.
- 2) Mengambil keputusan strategis terkait bisnis, investasi, dan ekspansi pasar.
- 3) Memimpin rapat direksi dan memastikan semua keputusan berjalan sesuai rencana.
- 4) Mengawasi seluruh operasional perusahaan, termasuk pengadaan, logistik, dan distribusi batu bara.
- 5) Memastikan efisiensi dalam rantai pasok (*supply chain*) dan pengiriman batubara ke pelanggan.
- 6) Memastikan kepatuhan terhadap regulasi industri pertambangan dan lingkungan.
- 7) Membangun hubungan baik dengan pemerintah, investor, pelanggan, dan mitra bisnis.
- 8) Bernegosiasi dengan pemasok, kontraktor, dan pelanggan untuk mendapatkan kesepakatan terbaik.
- 9) Menjaga hubungan baik dengan pemegang saham dan memberikan laporan keuangan serta perkembangan bisnis.
- 10) Mengawasi arus kas perusahaan dan memastikan profitabilitas bisnis.

- 11) Mengontrol biaya operasional agar tetap efisien.
- 12) Mengidentifikasi risiko bisnis seperti fluktuasi harga batu bara, regulasi pemerintah, atau tantangan operasional.
- 13) Memastikan kepatuhan terhadap peraturan lingkungan dan standar keselamatan kerja.
- 14) Mengawasi kebijakan perusahaan dalam menghadapi perubahan pasar global.
- 15) Membangun budaya kerja yang positif dan produktif.
- 16) Memberikan arahan kepada tim manajemen agar perusahaan terus berkembang.

c) Tugas divisi pemasaran

- 1) Mencari dan membangun jaringan dengan pembeli potensial, baik dalam negeri maupun luar negeri.
- 2) Menjalin komunikasi dengan pemasok atau pemilik tambang untuk memastikan pasokan stabil.
- 3) Menyusun dan menegosiasikan kontrak jual beli batubara.
- 4) Menentukan strategi harga sesuai pasar dan kualitas batubara.
- 5) Menganalisis permintaan dan penawaran batubara di pasar global dan domestik.
- 6) Mengikuti pergerakan harga komoditas dan faktor-faktor yang mempengaruhinya (misalnya regulasi, kebijakan pemerintah, dan kondisi ekonomi).

- 7) Menyusun strategi pemasaran agar produk batubara bisa bersaing.
 - 8) Membangun citra perusahaan sebagai *supplier* terpercaya.
 - 9) Memastikan pengiriman sesuai kontrak (volume, jadwal, spesifikasi).
 - 10) Berkoordinasi dengan tim logistik untuk efisiensi pengiriman, baik via darat maupun laut.
 - 11) Berkomunikasi dengan pihak terkait seperti pemerintah, perbankan, dan perusahaan pelayaran.
 - 12) Menangani keluhan atau kendala dalam proses transaksi.
- d) Tugas dan fungsi divisi administrasi
- 1) Menyusun, menyimpan, dan mengelola dokumen penting seperti kontrak jual beli, *invoice*, dan surat perjanjian.
 - 2) Mengurus perizinan dan dokumen legal terkait perdagangan batubara (misalnya IUP, FCO, Surat Jalan, dll.).
 - 3) Membantu pencatatan transaksi keuangan terkait pemasaran dan operasional.
 - 4) Mengurus pembayaran *supplier*, *invoice* dari pembeli, serta pencatatan lainnya.
 - 5) Menyediakan dokumen pendukung untuk tim pemasaran, operasional, dan logistik.
 - 6) Membuat laporan bulanan tentang transaksi, stok batubara, dan aktivitas bisnis lainnya.
 - 7) Mengupdate database pelanggan, *supplier*, serta status transaksi.

- 8) Menyiapkan dokumen ekspor-impor terhadap transaksi luar negeri.
 - 9) Berkoordinasi dengan tim lapangan dan pihak ekspedisi untuk kelancaran distribusi batubara.
- e) Tugas dan fungsi divisi pengapalan
- 1) Mengatur moda transportasi yang efisien (truk, kapal, tongkang, atau vessel).
 - 2) Memastikan rute dan jadwal pengiriman optimal untuk menghindari keterlambatan.
 - 3) Memastikan batubara siap di lokasi pengiriman sesuai kontrak.
 - 4) Berkomunikasi dengan pembeli terkait jadwal dan proses serah terima barang.
 - 5) Memantau pergerakan batubara dari titik asal hingga tujuan.
 - 6) Berkoordinasi dengan pihak ekspedisi untuk memastikan pengiriman tepat waktu.
 - 7) Memastikan stok batubara di *stockpile* atau pelabuhan sesuai kebutuhan.
 - 8) Mengontrol kualitas batubara selama proses penyimpanan dan pengangkutan.
 - 9) Menangani hambatan seperti keterlambatan pengiriman, cuaca buruk, atau kendala teknis transportasi.
 - 10) Berkoordinasi dengan pihak terkait jika ada perubahan jadwal atau rute.

f) Tugas dan fungsi divisi operasi dan produksi

- 1) Memastikan pasokan batubara dari *supplier* atau tambang selalu tersedia.
- 2) Melakukan negosiasi dan kerja sama dengan pemilik tambang atau kontraktor tambang.
- 3) Memeriksa kualitas batubara berdasarkan spesifikasi (kalori, kadar sulfur, abu, dan kelembaban).
- 4) Berkoordinasi dengan laboratorium untuk uji kualitas dan penerbitan ROA (*Report of Analysis*).
- 5) Mengawasi kegiatan penambangan, *crushing*, dan *washing* batubara agar sesuai standar.
- 6) Memastikan produksi sesuai target dan efisien dalam penggunaan alat berat serta tenaga kerja.
- 7) Mengatur penyimpanan batubara di *stockpile* sebelum dikirim ke pembeli.
- 8) Mengawasi proses pemuatan batubara ke truk, tongkang, atau kapal agar sesuai volume dan kualitas yang dijanjikan.
- 9) Menjaga efisiensi dalam penggunaan sumber daya (bahan bakar, alat berat, tenaga kerja).
- 10) Menyusun strategi agar rantai pasokan berjalan lancar dan biaya operasional tetap terkendali.

11) Berkomunikasi dengan tim logistik untuk memastikan jadwal pengiriman.

12) Berkoordinasi dengan tim pemasaran terkait permintaan pelanggan dan kesiapan stok.

g) Tugas dan fungsi divisi logistik

1) Menentukan jadwal pengapalan sesuai kontrak dengan pembeli.

2) Berkoordinasi dengan tim logistik, pemasaran, dan operasional untuk memastikan kesiapan batubara.

3) Mencari dan menyewa kapal (*chartering*) sesuai kebutuhan, baik tongkang (*barge*) maupun kapal besar (*mother vessel*).

4) Bernegosiasi dengan pemilik kapal terkait biaya sewa, durasi pemakaian, dan rute pelayaran.

5) Memastikan proses loading batubara dari *stockpile* atau pelabuhan agar berjalan lancar.

6) Mengawasi kualitas dan kuantitas batubara yang dimuat sesuai kontrak dan ROA (*Report of Analysis*).

7) Berkoordinasi dengan pelabuhan tujuan untuk proses *unloading* saat tiba di lokasi pembeli.

8) Menyiapkan dokumen penting seperti:

- *Bill of Lading* (BL) : Bukti pengiriman barang.
- *Shipping Instruction* (SI) : Instruksi pengiriman kepada operator kapal.

- *Report of Analysis* (ROA) : Dokumen hasil uji kualitas batubara

- 9) Memantau pergerakan kapal dari pelabuhan muat ke pelabuhan tujuan.
- 10) Berkoordinasi dengan agen kapal dan pelabuhan untuk mengantisipasi kendala di perjalanan.
- 11) Mengatasi keterlambatan pengapalan akibat cuaca buruk, kendala teknis kapal, atau regulasi pelabuhan.
- 12) Berkomunikasi dengan pihak asuransi jika ada kerusakan atau kehilangan muatan

B. Penyajian Data

1. Strategi *Personal Selling* di PT. Rizki Mining Pratama

Penyajian data dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu dengan melakukan pengkajian secara mendalam terhadap hasil-hasil yang diperoleh terkait analisis strategi *personal selling* dalam upaya meningkatkan penjualan di PT. Rizki Mining Pratama. Adapun data diri para informan yang dianggap memiliki informasi relevan dan dibutuhkan dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut.

a. Identitas informan

Nama	: H. M. Taufik anshari
Jenis kelamin	: Laki-laki
Pendidikan terakhir	: SLTA Sederajat
Jabatan	: Direktur Utama

b. Identitas informan

Nama : Lina Nurhayati, S.E.
Jenis kelamin : Perempuan
Pendidikan terakhir : Strata 1
Jabatan : Divisi Pemasaran

c. Identitas informan

Nama : Rasdianto Ujang
Jenis kelamin : Laki-laki
Pendidikan terakhir : SLTA Sederajat
Jabatan : Pembeli

Berdasarkan hasil wawancara dengan H. M. Taufik Anshari selaku Direktur Utama PT Rizki Mining Pratama, diketahui bahwa perusahaan ini telah lama berkecimpung dalam industri pertambangan batubara sebelum akhirnya berfokus secara khusus pada kegiatan perdagangan atau *trading* batubara. Dalam wawancaranya, beliau menyatakan, “Sejak dari tahun 2004 kami memulai untuk menambang. Tapi seiring waktu, kami melihat peluang lebih besar di sektor perdagangan karena bisa menjangkau lebih banyak pelanggan dan tidak tergantung pada tambang milik sendiri”. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan perusahaan didasarkan pada evaluasi terhadap perkembangan industri serta upaya adaptasi agar tetap bertahan di tengah dinamika pasar.

Selanjutnya, H. M. Taufik Anshari juga menegaskan bahwa dalam dunia perdagangan batubara, kepercayaan adalah hal yang utama. Ia mengatakan, “Orang beli batubara bukan hanya karena harga, tetapi karena percaya dengan perusahaan kita. Jika kita sekali saja mengecewakan, maka sulit untuk membangun lagi kepercayaan itu”. Oleh karena itu, perusahaan sangat berhati-hati dalam memastikan kualitas dan ketepatan pengiriman. Beliau juga menambahkan, “Kami selalu lakukan pengecekan laboratorium dulu sebelum kirim barang, agar kualitasnya sesuai dengan permintaan pembeli”.

Sementara itu, Lina Nurhayati selaku staf divisi pemasaran menekankan pentingnya strategi *personal selling* dalam menunjang kegiatan penjualan perusahaan. Dalam wawancara, ia menjelaskan, “*Personal selling* menjadi ujung tombak kami karena lewat pendekatan langsung, kami bisa tahu kebutuhan klien lebih dalam, menjelaskan produk kami dengan detail, dan menyesuaikan penawaran kami”. Ia juga menjelaskan bahwa tenaga penjual di perusahaan tidak hanya menjual produk, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. “Kita tidak hanya jual lalu selesai, tapi harus tetap *follow up*. Kadang setelah pengiriman, kami menghubungi lagi untuk menanyakan apakah barang sesuai dan memastikan kepuasan mereka”.

Lina Valentina juga menyadari tantangan dalam komunikasi internasional, terutama dengan klien dari negara-negara seperti Tiongkok,

Vietnam, dan Bangladesh. Ia menjelaskan, “Tantangannya itu tentu pada bahasa. Kadang mereka pakai istilah teknis yang berbeda, jadi kami harus benar-benar menguasai bahasa Inggris bisnis dan paham konteks percakapannya”. Karena itu, pihak pemasaran di PT. Rizki Mining Pratama dituntut tidak hanya mahir dalam hal teknis produk, tetapi juga memiliki kemampuan komunikasi lintas budaya yang baik.

Di sisi lain, wawancara dengan Rasdianto Ujang sebagai salah satu pembeli mengungkapkan bagaimana pengalaman interaksinya dengan perusahaan. Ia mengungkapkan kepuasannya terhadap pendekatan yang dilakukan oleh tenaga penjual. “Waktu saya pertama kali kontak, mereka responsif dan langsung mengatur pertemuan. Saya diberi penjelasan lengkap soal jenis batubaranya, kualitas, sampai skema pengiriman dan pembayarannya.” Ia juga menambahkan “Yang paling saya hargai, mereka tidak asal janji. Apa yang ditawarkan di awal, itu juga yang saya terima,”.

Rasdianto juga mengungkapkan bahwa *personal selling* yang dilakukan oleh PT. Rizki Mining Pratama mempermudah proses transaksi dan memperkuat kepercayaannya sebagai pelanggan. “Mereka aktif menanyakan kebutuhan saya, dan kalau ada kendala, langsung dibantu cari solusi. Bukan cuma jualan, tapi juga peduli terhadap pembeli”.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai strategi *personal selling* di PT. Rizki Mining Pratama diatas, bahwasanya perusahaan ini sudah bergerak di sektor pertambangan batubara sebelum akhirnya berfokus pada

perdagangan atau trading batubara ini selama lebih dari dua dekade. Seiring dengan perkembangan bisnis dan dinamika industri, perusahaan ini melihat peluang yang lebih besar dalam sektor perdagangan, di mana mereka dapat menjangkau pasar yang lebih luas tanpa harus bergantung sepenuhnya pada produksi sendiri. Dalam operasionalnya, PT. Rizki Mining Pratama menyediakan berbagai jenis batubara dengan nilai kalori yang beragam, menyesuaikan dengan permintaan pelanggan yang berasal dari berbagai industri, seperti pembangkit listrik, semen, ataupun industri lainnya. Jika stok di perusahaan tidak mencukupi untuk memenuhi permintaan, mereka bekerja sama dengan sejumlah penambang lain guna memastikan pasokan tetap terjaga dan pelanggan mendapatkan produk sesuai spesifikasi yang diinginkan.

Dalam hal pemasaran, perusahaan menerapkan strategi *personal selling* sebagai metode utama untuk meningkatkan penjualan. Strategi ini dinilai paling efektif oleh perusahaan karena memungkinkan interaksi langsung antara tenaga penjual dan calon pembeli. Dengan pendekatan ini, tenaga penjual dapat memberikan penjelasan secara rinci mengenai produk yang ditawarkan, mendengarkan kebutuhan pelanggan secara langsung, serta menyesuaikan penawaran agar sesuai dengan keinginan pembeli. Lebih dari sekadar transaksi bisnis, *personal selling* juga membantu perusahaan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, sehingga kepercayaan dan loyalitas antar keduanya dapat terjaga. Dalam industri

batubara, kepercayaan terhadap pemasok merupakan aspek penting dalam menentukan keputusan pembelian, sehingga pendekatan ini memberikan PT. Rizki Mining Pratama keunggulan dalam persaingan bisnis mereka.

Dari segi perkembangan bisnis, penjualan batubara perusahaan cenderung stabil dalam beberapa tahun terakhir, meskipun tetap dihadapkan pada berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama yang sering dihadapi adalah faktor cuaca, terutama ketika terjadi hujan deras berkepanjangan yang dapat menghambat proses pengapalan. Kondisi ini tidak hanya menyebabkan keterlambatan pengiriman, tetapi juga berpotensi menimbulkan denda akibat ketidaksesuaian jadwal dengan kesepakatan yang telah dibuat. Akibatnya, perusahaan harus menyusun strategi yang matang dalam perencanaan logistik agar dapat mengantisipasi potensi hambatan dan meminimalkan risiko operasional.

Selain itu, persaingan dalam industri *trading* batubara semakin ketat. Banyak perusahaan lain yang menawarkan harga lebih kompetitif karena memiliki akses langsung ke tambang, sehingga mereka dapat menjual dengan harga yang lebih murah. Untuk tetap bersaing, PT. Rizki Mining Pratama tidak hanya mengandalkan harga, tetapi juga berfokus pada keunggulan layanan dan kualitas produk yang ditawarkan. Perusahaan juga harus menyesuaikan strategi pemasarannya dengan kebijakan pemerintah, seperti aturan mengenai Harga Batubara Acuan (HBA) serta regulasi terkait

Devisa Hasil Ekspor (DHE) yang mewajibkan dana hasil ekspor disimpan di dalam negeri selama satu tahun sebelum dapat digunakan sepenuhnya.

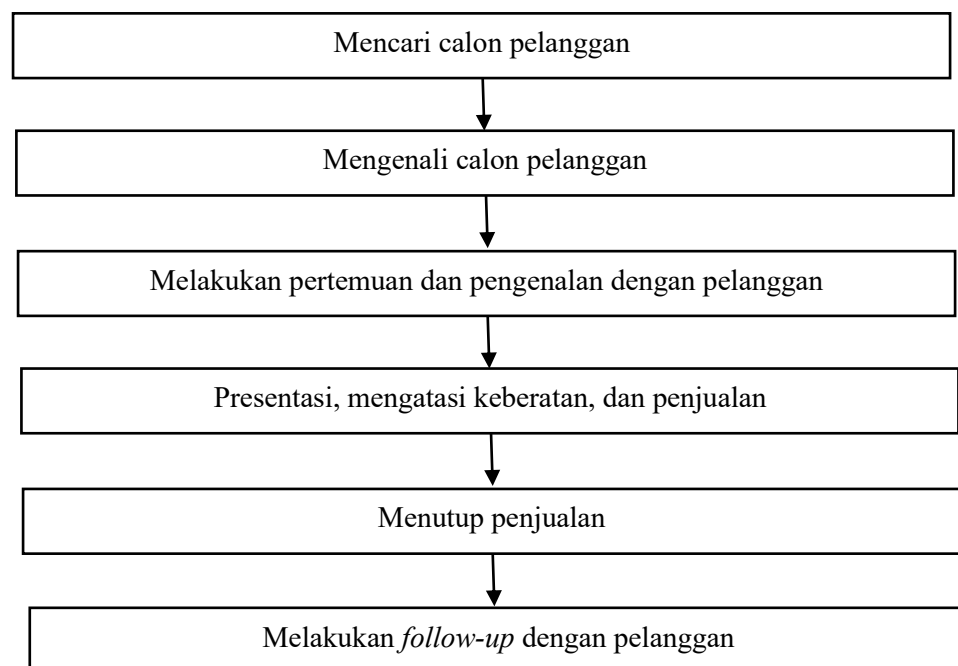
Menghadapi fluktuasi harga batubara yang berubah-ubah, perusahaan menerapkan perhitungan risiko yang matang dalam setiap transaksi. Salah satu risiko terbesar dalam bisnis ini adalah ketika kualitas batubara yang dikirim tidak sesuai dengan spesifikasi yang diharapkan oleh pembeli, karena dapat menyebabkan penolakan (*reject*) terhadap kargo yang sudah dikirim. Jika hal ini terjadi, perusahaan tidak hanya mengalami kerugian finansial akibat biaya pengiriman dan logistik yang sia-sia, tetapi juga harus menghadapi tantangan dalam mempertahankan kepercayaan pelanggan. Oleh karena itu, sebelum pengiriman dilakukan, perusahaan menerapkan kebijakan uji laboratorium terhadap kualitas batubara, memastikan bahwa spesifikasi produk telah sesuai dengan perjanjian yang disepakati.

Untuk mendukung efektivitas strategi pemasarannya, PT. Rizki Mining Pratama juga memanfaatkan teknologi dalam berkomunikasi dengan calon pembeli. Penggunaan email, *video conference*, dan *platform* komunikasi digital lainnya dalam proses negosiasi, terutama dengan pelanggan dari luar negeri. Namun, tantangan tetap ada, salah satunya adalah kendala bahasa dalam berkomunikasi dengan pelanggan internasional, khususnya dari negara seperti Tiongkok, Vietnam, dan Bangladesh. Oleh karena itu, tenaga penjual harus memiliki pemahaman yang lebih baik tentang terminologi

bisnis dalam bahasa Inggris, serta memastikan bahwa tidak ada miskomunikasi dalam setiap negosiasi.

Tabel 4.2

Langkah-langkah *Personal Selling* oleh PT. Rizki Mining Pratama



Sumber: PT. Rizki Mining Pratama, 2025

Sebagai bagian dari strategi *personal selling*, tenaga penjual perusahaan menjalankan tahapan yang terstruktur dalam menawarkan produk. Berdasarkan gambar 4.2 di atas, Langkah-langkah *personal selling* pada PT. Rizki Mining Pratama ini dimulai dengan mencari dan mengenali calon pelanggan yang potensial, baik melalui jaringan bisnis yang telah ada. Setelah itu, dilakukan pertemuan awal untuk memperkenalkan produk serta menjelaskan keunggulan dan spesifikasi batubara yang ditawarkan. Dalam

tahap berikutnya, perusahaan melakukan presentasi dan negosiasi, di mana aspek harga, volume pengiriman, serta ketentuan pembayaran menjadi pembahasan utama. Setelah kesepakatan tercapai, transaksi ditutup dengan kontrak yang mengikat kedua belah pihak secara hukum.

Namun, hubungan perusahaan dengan pelanggan tidak berhenti setelah transaksi selesai. PT. Rizki Mining Pratama terus menjaga hubungan baik dengan pelanggan melalui *follow-up* berkala, menjamin kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diterima. Upaya ini tidak hanya bertujuan untuk memperkuat loyalitas pelanggan, tetapi juga membuka peluang kerja sama lebih lanjut di masa mendatang. Dengan kombinasi strategi pemasaran yang matang, komitmen terhadap kualitas, serta pendekatan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan, PT. Rizki Mining Pratama terus mempertahankan reputasinya sebagai mitra bisnis yang dapat diandalkan dalam industri *trading* batubara.

C. Analisis Data

1. Strategi *Personal Selling* dalam Meningkatkan Penjualan di PT. Rizki Mining Pratama

Berdasarkan hasil wawancara terkait strategi *personal selling* yang dijalankan di PT. Rizki Mining Pratama, *Personal selling* merupakan strategi pemasaran utama yang mereka lakukan dalam meningkatkan penjualan dan menjaga daya saing di industri batubara. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang *trading* batubara, PT. Rizki Mining Pratama

mengandalkan *personal selling* antara tenaga penjual dan pelanggan untuk membangun kepercayaan, memahami kebutuhan pasar, serta menyesuaikan penawaran yang paling sesuai dengan permintaan pelanggan.

PT. Rizki Mining Pratama menggunakan *personal selling* sebagai metode utama dalam pemasaran, di mana tenaga penjual berperan aktif dalam mencari pelanggan potensial, melakukan negosiasi, serta menjalin hubungan bisnis jangka panjang. Dengan pendekatan ini, perusahaan dapat memastikan bahwa pelanggan memperoleh informasi yang akurat mengenai spesifikasi batubara, harga, serta proses pengiriman, sehingga transaksi dapat berjalan dengan lebih efektif.

Strategi *personal selling* di PT. Rizki Mining Pratama mencakup beberapa tahapan penting:

a. *Prospecting and qualifying*

Tahap awal dalam *personal selling* di PT. Rizki Mining Pratama dimulai dengan mencari dan mengidentifikasi calon pelanggan yang memiliki potensi tinggi untuk membeli batubara. Perusahaan mengutamakan pelanggan dari berbagai sektor industri, seperti pembangkit listrik, manufaktur, dan semen, yang membutuhkan pasokan batubara dalam jumlah besar dan berkelanjutan.

Tim penjualan mengandalkan jaringan bisnis yang telah terjalin serta rekomendasi dari mitra kerja untuk menemukan calon pembeli yang terpercaya. Selain itu, mereka juga melakukan analisis pasar berdasarkan

tren permintaan dan harga batubara untuk menyesuaikan target prospek yang tepat. Setelah calon pelanggan diidentifikasi, tim penjualan melakukan proses kualifikasi dengan menilai kebutuhan spesifik mereka, kapasitas pembelian, serta rekam jejak dalam transaksi sebelumnya. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa pelanggan memiliki potensi sebagai mitra bisnis yang menguntungkan dan dapat menjalin kerja sama jangka panjang.

Berdasarkan teori Kotler dan Armstrong dalam konsep *personal selling*, tahap pertama dalam proses ini dikenal sebagai "*Prospecting and Qualifying*" (mencari dan menyeleksi prospek). Teori ini menjelaskan bahwa dalam tahap awal, tenaga penjual harus mengidentifikasi calon pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan terhadap produk serta kemampuan untuk membeli. Selain itu, tenaga penjual juga perlu menyeleksi prospek berdasarkan kriteria tertentu agar usaha pemasaran lebih efektif.

Jika dibandingkan dengan tahap "*Prospecting and Qualifying*" dalam analisis PT. Rizki Mining Pratama, konsep yang diterapkan sudah cukup sesuai dengan teori Kotler dan Armstrong. PT. Rizki Mining Pratama melakukan pencarian pelanggan melalui jaringan bisnis yang telah terjalin, rekomendasi dari mitra, serta analisis pasar untuk menilai tren permintaan dan harga batubara. Proses ini juga mencakup evaluasi kapasitas pembelian calon pelanggan serta rekam jejak transaksi

sebelumnya, yang sejalan dengan konsep *qualifying* dalam teori Kotler dan Armstrong.

b. *Pre-approach*

Pada tahap ini, tenaga penjual mulai mengumpulkan informasi mendalam mengenai calon pelanggan sebelum melakukan pendekatan langsung. Informasi yang dikumpulkan meliputi kebutuhan batubara pelanggan, kapasitas pembelian, regulasi yang harus dipenuhi, serta preferensi transaksi mereka. Selain itu, tenaga penjual juga mempelajari pola pembelian pelanggan, preferensi harga, serta kebutuhan logistik mereka. Dengan pemahaman yang baik mengenai calon pelanggan, tenaga penjual dapat merancang strategi pendekatan yang lebih tepat guna meningkatkan peluang keberhasilan dalam negosiasi.

Tahap *Pre-Approach* di PT. Rizki Mining Pratama sejalan dengan teori Kotler dan Armstrong, yang menekankan pentingnya pengumpulan informasi sebelum pendekatan langsung. Perusahaan mengidentifikasi kebutuhan batubara pelanggan, kapasitas pembelian, regulasi terkait, serta preferensi transaksi. Selain itu, analisis pola pembelian dan logistik dilakukan untuk memastikan strategi pendekatan lebih efektif dan tepat sasaran.

c. *Presentation and Demonstration*

Setelah memahami kebutuhan pelanggan, tenaga penjual melakukan presentasi dan demonstrasi produk. PT. Rizki Mining Pratama memastikan bahwa setiap penawaran dilengkapi dengan spesifikasi teknis batubara, mulai dari nilai kalori, kadar sulfur, kadar abu, serta faktor lainnya yang menjadi pertimbangan utama dalam pembelian. Selain itu, tenaga penjual juga menjelaskan sistem pengiriman, ketepatan waktu distribusi, serta fleksibilitas dalam negosiasi harga.

Presentasi ini biasanya dilakukan secara langsung dalam pertemuan bisnis atau melalui komunikasi virtual bagi pelanggan yang berada di luar negeri. Pada tahap ini, tenaga penjual berupaya untuk memberikan solusi terbaik bagi pelanggan dengan menunjukkan bagaimana produk perusahaan dapat memenuhi kebutuhan mereka dengan lebih efisien dibandingkan penawaran dari pesaing. Selain itu, tenaga penjual juga menggunakan data uji laboratorium dan laporan teknis untuk memastikan kejelasan dalam kualitas produk, sehingga calon pelanggan lebih yakin untuk melakukan transaksi.

Tahap "*Presentation and Demonstration*" di PT. Rizki Mining Pratama sesuai dengan teori Kotler dan Armstrong, yang menekankan pentingnya penyampaian manfaat produk secara jelas, disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, serta menunjukkan keunggulan dibandingkan pesaing. Tenaga penjual menjelaskan spesifikasi teknis

batubara, seperti nilai kalori, kadar sulfur, dan kadar abu, serta menawarkan fleksibilitas dalam pengiriman dan kepastian pasokan. Presentasi dilakukan secara langsung atau melalui komunikasi virtual bagi pelanggan internasional.

d. *Overcoming Objections*

Dalam proses negosiasi, sering kali calon pelanggan mengemukakan keberatan atau kekhawatiran sebelum menyetujui kesepakatan. Keberatan ini dapat berkaitan dengan harga, kualitas, skema pembayaran, atau jadwal pengiriman. Tenaga penjual PT. Rizki Mining Pratama dilatih untuk menanggapi keberatan pelanggan dengan pendekatan yang solutif. Mereka memberikan klarifikasi mengenai standar kualitas batubara, fleksibilitas dalam pembayaran, serta kepastian pasokan untuk memastikan pelanggan merasa nyaman dan yakin dalam bertransaksi.

Pada tahap ini, tenaga penjual juga dapat menawarkan solusi alternatif, seperti skema pembayaran yang lebih fleksibel atau penyesuaian volume pengiriman sesuai kebutuhan pelanggan. Dengan pendekatan yang berorientasi pada solusi, PT. Rizki Mining Pratama dapat meningkatkan peluang demi memperoleh kesepakatan yang saling menguntungkan bagi kedua pihak.

Tahap "*Overcoming Objections*" di PT. Rizki Mining Pratama sesuai dengan teori Kotler dan Armstrong, yang menjelaskan bahwa tenaga

penjual harus mampu menangani keberatan pelanggan dengan terbuka dan solusi yang meyakinkan. Di perusahaan ini, keberatan pelanggan biasanya terkait harga, kualitas, skema pembayaran, atau jadwal pengiriman. Tenaga penjual menanggapi dengan memberikan klarifikasi mengenai standar kualitas batubara, fleksibilitas pembayaran, serta kepastian pasokan. Selain itu, solusi alternatif seperti penyesuaian volume pengiriman atau skema pembayaran yang lebih fleksibel ditawarkan untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan.

e. *Closing*

Setelah semua aspek negosiasi terselesaikan dan pelanggan merasa yakin, tahap berikutnya adalah *closing* atau penyelesaian transaksi. Tenaga penjual memastikan bahwa semua ketentuan yang telah disepakati tertuang dalam kontrak, termasuk spesifikasi batubara, harga, metode pembayaran, dan jadwal pengiriman. Pada tahap ini, komunikasi yang jelas dan ketepatan dalam administrasi sangat penting agar transaksi dapat berjalan lancar tanpa hambatan.

Tenaga penjual juga melakukan koordinasi dengan tim operasional untuk memastikan bahwa pengiriman berjalan sesuai jadwal dan pelanggan menerima produk dalam kondisi yang telah disepakati. Dengan memastikan kelancaran transaksi, PT. Rizki Mining Pratama dapat memperkuat kepercayaan pelanggan dan membuka peluang kerja sama di masa mendatang.

Tahap "*Closing*" di PT. Rizki Mining Pratama sesuai dengan teori Kotler dan Armstrong, yang menekankan bahwa tenaga penjual harus memastikan pelanggan siap mengambil keputusan dan menutup transaksi secara efektif. Di perusahaan ini, tahap *closing* dilakukan dengan memastikan semua kesepakatan tertuang dalam kontrak, termasuk spesifikasi batubara, harga, metode pembayaran, dan jadwal pengiriman. Tenaga penjual juga berkoordinasi dengan tim operasional untuk memastikan kelancaran pengiriman, sehingga pelanggan menerima produk sesuai dengan perjanjian, yang pada akhirnya memperkuat kepercayaan dan membuka peluang kerja sama jangka panjang.

f. *Follow-up Service*

Setelah transaksi selesai, PT. Rizki Mining Pratama tetap menjaga hubungan baik dengan pelanggan melalui tindak lanjut yang rutin. Hal ini dilakukan untuk memastikan persepsi pelanggan terhadap produk serta layanan yang diterima. Tenaga penjual juga menginformasikan pelanggan mengenai perkembangan harga batubara, kebijakan pemerintah yang dapat memengaruhi transaksi, serta peluang kerja sama untuk pengadaan batubara di masa mendatang. Dengan pendekatan ini, PT. Rizki Mining Pratama tidak hanya berfokus pada transaksi jangka pendek, tetapi juga membangun kemitraan yang berkelanjutan.

Follow-up ini dapat dilakukan melalui kunjungan langsung, komunikasi melalui email, atau pertemuan daring. Selain itu, PT. Rizki

Mining Pratama juga secara aktif meminta umpan balik dari pelanggan mengenai kualitas produk dan layanan yang diterima. Hal ini tidak hanya membantu dalam menjaga hubungan dengan pelanggan yang ada, tetapi juga memberikan wawasan bagi perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan strategi pemasaran mereka.

Tahap *"Follow-up Service"* di PT. Rizki Mining Pratama sesuai dengan teori Kotler dan Armstrong, yang menekankan pentingnya menjaga hubungan dengan pelanggan setelah transaksi untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas. Di perusahaan ini, tenaga penjual secara rutin melakukan tindak lanjut melalui komunikasi langsung, email, atau pertemuan daring guna menjamin kepuasan pelanggan terhadap produk dan layanan. Selain itu, pelanggan diberikan informasi terbaru mengenai harga batubara, kebijakan pemerintah, serta peluang kerja sama di masa mendatang. Dengan pendekatan ini, perusahaan tidak hanya mempertahankan pelanggan yang ada tetapi juga membuka peluang kerja sama jangka panjang.

Berdasarkan enam tahap *personal selling* yang diterapkan oleh PT. Rizki Mining Pratama, dapat disimpulkan bahwa strategi ini telah berjalan sesuai dengan teori Kotler dan Armstrong. Setiap tahap, mulai dari *Prospecting and Qualifying* hingga *Follow-up Service*, dilakukan secara sistematis untuk memastikan efektivitas dalam menarik pelanggan, membangun kepercayaan, serta mempertahankan hubungan

jangka panjang. Pendekatan ini memungkinkan tenaga penjual yang bukan hanya sekadar menjual produk, tetapi juga menghadirkan solusi yang tepat bagi kebutuhan pelanggan, menangani keberatan secara profesional, serta memastikan kepuasan pelanggan setelah transaksi selesai. Dengan kombinasi komunikasi langsung, fleksibilitas dalam negosiasi, dan kejelasan dalam transaksi, membuat *personal selling* di PT. Rizki Mining Pratama berperan penting pada peningkatan penjualan dan memperkuat posisi perusahaan di industri batubara.

2. Strategi *Personal Selling* Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam di PT. Rizki Mining Pratama

PT. Rizki Mining Pratama menggunakan *personal selling* sebagai metode utama dalam pemasaran, di mana tenaga penjual berperan aktif dalam mencari pelanggan potensial, melakukan negosiasi, serta menjalin hubungan bisnis jangka panjang. Dengan pendekatan ini, perusahaan dapat menjamin bahwa pelanggan mendapatkan informasi yang tepat mengenai spesifikasi batubara, harga, serta proses pengiriman, sehingga transaksi dapat berjalan dengan lebih efektif. Dalam konteks strategi *personal selling*, PT. Rizki Mining Pratama telah menerapkan pendekatan yang sejalan dengan lima prinsip utama etika bisnis Islam, yaitu tauhid (ke-esaan), keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kejujuran.

1. Prinsip Tauhid (Ke-Esaan)

Prinsip tauhid mengajarkan bahwa seluruh aktivitas bisnis harus dilakukan dengan niat yang baik dan sesuai dengan ajaran Islam. Dalam praktik *personal selling*, PT. Rizki Mining Pratama berusaha menjaga profesionalisme dan integritas tenaga penjual dengan menekankan nilai-nilai kejujuran dan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Pendekatan ini mencerminkan keyakinan bahwa bisnis yang dilakukan dengan niat baik akan membawa keberkahan dan manfaat bagi semua pihak yang terlibat. Dengan berpegang pada prinsip ini, PT. Rizki Mining Pratama berupaya menjalankan bisnis secara bertanggung jawab.

2. Prinsip Keadilan

Dalam etika bisnis Islam, keadilan berarti memberikan hak kepada semua pihak secara seimbang dan tidak merugikan salah satu pihak. PT. Rizki Mining Pratama menerapkan prinsip ini dalam proses negosiasi dengan pelanggan, di mana harga dan kualitas batubara disampaikan dengan jelas. Perusahaan juga memastikan bahwa setiap transaksi dilakukan berdasarkan kesepakatan yang adil, tanpa ada pihak yang merasa dirugikan. Dengan menerapkan prinsip keadilan, PT. Rizki Mining Pratama menjaga keseimbangan antara kepentingan perusahaan dan kepuasan pelanggan, sehingga hubungan bisnis dapat berlangsung dalam jangka panjang dengan kepercayaan yang kuat.

3. Prinsip Kehendak Bebas

Islam mengajarkan bahwa setiap individu memiliki kebebasan dalam mengambil keputusan, termasuk dalam transaksi bisnis. PT. Rizki Mining Pratama menghormati prinsip ini dengan memberikan informasi yang jelas dan lengkap kepada pelanggan, sehingga mereka dapat membuat keputusan pembelian secara sadar dan tanpa paksaan. *Personal selling* yang dilakukan perusahaan tidak bersifat manipulatif atau menekan pelanggan untuk membeli, melainkan lebih kepada memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan pendekatan ini, perusahaan memastikan bahwa pelanggan memiliki kendali penuh atas keputusan mereka, sehingga tercipta hubungan bisnis yang sehat dan berlandaskan kepercayaan.

4. Prinsip Tanggung Jawab

Dalam bisnis, setiap tindakan memiliki konsekuensi, sehingga prinsip tanggung jawab sangat ditekankan dalam etika bisnis Islam. PT. Rizki Mining Pratama menunjukkan tanggung jawabnya dengan memastikan bahwa batubara yang dikirim sesuai dengan spesifikasi yang telah dijanjikan. Selain itu, perusahaan juga bertanggung jawab terhadap kepuasan pelanggan dengan melakukan tindak lanjut setelah transaksi selesai. Jika terjadi kendala dalam pengiriman atau kualitas produk, perusahaan siap memberikan solusi yang terbaik agar pelanggan tetap merasa puas. Dengan menerapkan prinsip tanggung jawab ini, PT. Rizki

Mining Pratama tidak hanya fokus pada keuntungan bisnis, tetapi juga membangun reputasi sebagai mitra yang dapat diandalkan dalam industri batubara.

5. Prinsip Kejujuran

Kejujuran adalah pilar utama dalam etika bisnis Islam, yang menuntut keterbukaan dalam setiap transaksi. PT. Rizki Mining Pratama menerapkan prinsip ini dengan tidak memberikan informasi yang berlebihan atau menyesatkan terkait kualitas batubara. Setiap transaksi didasarkan pada hasil uji laboratorium yang objektif, sehingga pelanggan mendapatkan produk sesuai dengan yang telah disepakati. Dengan menanamkan budaya kejujuran dalam strategi *personal selling*, perusahaan dapat membangun reputasi yang baik dan mendapatkan kepercayaan dari pelanggan. Kejujuran ini menjadi dasar utama dalam interaksi perusahaan dengan pelanggan, memastikan bahwa semua informasi yang diberikan akurat dan tidak ada unsur penipuan.

Berdasarkan analisis terhadap lima prinsip etika bisnis Islam, dapat disimpulkan bahwa PT. Rizki Mining Pratama telah menerapkan prinsip-prinsip tersebut dalam strategi *personal selling*-nya. Perusahaan menjalankan bisnis dengan baik dan etika yang tinggi, menerapkan keadilan dalam penawaran harga dan pelayanan pelanggan, serta memberikan kebebasan berusaha dengan tidak memaksa pelanggan dalam pengambilan keputusan. Selain itu, PT. Rizki Mining Pratama juga telah menjalankan

prinsip amanah dengan memastikan produk yang dikirim sesuai dengan spesifikasi, serta mengutamakan kejujuran dalam setiap transaksi.