MILIK PERPUSTAKAAN
UNIV TRUNOJOYO - MADURA

PERANAN *PERSONAL SELLING* DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA CV. TRIPADU ANDIKA SURABAYA

S K R I P S I

PERPUSTAKAAN NASIONAL
PERPUSTAKAAN UNIV TRUNOJOYO - MADURA
Diterima tgl : 1-4-2002
No. Induk : 177/S1/UTM/FE/02
No. Klasifikasi : 658.82/Sri/P

Oleh :
SRI HIDAYATI
NRP. : 029612004

F A K U L T A S E K O N O M I
UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA
2001

UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA PERPUSTAKAAN

PERANAN *PERSONAL SELLING* DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA CV. TRIPADU ANDIKA SURABAYA

S K R I P S I

DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MENCAPAI
GELAR SARJANA EKONOMI (S1) PADA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA

Oleh :
SRI HIDAYATI
NRP. : 029612004

F A K U L T A S E K O N O M I
UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA
2001

LEMBAR PERSETUJUAN

NAMA	:	SRI HIDAYATI
NRP	:	029612004
NIRM	:	96.7049.13021.00081
JURUSAN	:	MENEJEMEN
FAKULTAS	:	EKONOMI
JUDUL SKIRPSI	:	PERANAN PERSONAL SELLING DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA CV. TRIPADU ANDIKA SURABAYA

SKRIPSI INI TELAH DISETUJUI

TANGGAL 17 JULI 2001

Dosen Pembimbing I

Drs. BUDI WIDAJANTO, MP

Dosen Pembimbing II

Drs. MOH. TAMBRIN

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS EKONOMI

Drs. EC. MUDJI KUSWINARNO, MS

Telah diuji

Tgl. 3 September 2001

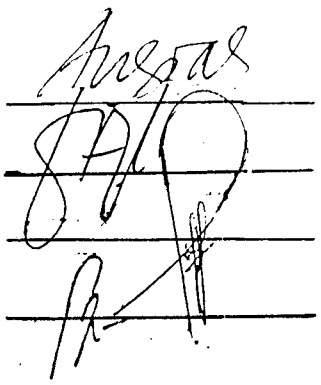
Panitia penguji Skripsi

Ketua : Dra. Hj. S. ANUGRAHINI IRWATI. MM.

Anggota :1. Drs. Ec. FATCHURROHIM GANY. MSP.

2. Drs. MOH TAMRIN

Sekretaris :Drs. Ec. BUDI WIJAYANTO. MP.



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur alhamdulillah kehadirat Allah SWT. atas limpahan rahmatnya dan diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "PERANAN PERSONAL SELLING DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA CV. TRIPADU ANDIKA SURABAYA " .

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Bangkalan Madura.

Melalui kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih :

1. Yang terhormat Bapak Drs. Ec. Mudji Kuswinarno, MSI selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Bangkalan Madura.
2. Yang terhormat Bapak Drs. Budi Widajanto, MP selaku Dosen Pembimbibing I dalam rangka menyelesaikan skripsi ini.
3. Yang terhormat Bapak Drs. Moh. Tamrin selaku Dosen Pembimbing II dalam rangka mnyelesaikan skripsi ini.
4. Yang terhormat Bapak Mahfud Kholis selaku Kabag penjualan di Babatan Mukti III Surabaya.
5. Yang terhormat Bapak dan Ibu dosen fakultas ekonomi Universitas Trunojoyo yang telah banyak memberikan bekal ilmu selama penulis belajar di Perguruan Tinggi.

6. Yang terhormat Bapak dan Ibu karyawan perpustakaan Universitas Trunojoyo Bangkalan Madura atas segala kemudahan yang diberikan kepada penulis.
7. Yang tercinta kedua orang tuaku, suamiku dan semua adik-adikku atas dukungan moril maupun materiil yang tak terhingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik .
8. Sahabat-sahabatku yang telah banyak membantu seperti Siti Fitria, Ida Kurniawati, Sunariyah, Titik Ismiarsih, Rahmawati A,S dan semua yang tidak mungkin penulis sebut satu persatu.

Akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena terbatas kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki, untuk itu penulis mohon saran-saran yang kontraktif dari pembaca agar skripsi ini dapat lebih sempurna. Semoga Allah SWT. memberikan rahmatnya kepa kita semua Amin.

Penulis

ABSTRAKSI

Penelitian tentang faktor *personal selling* pada CV. Tripadu Andika bertujuan untuk mengetahui peranan personal selling dalm meningkatkan volume penjualan perusahaan.

Data diperoleh dari pengumpulan data dan wawancara. Data diolah dan dianalisa secara statistik deskriptif dan analisa statistik induktif.

Variabel independen dalam penelitian, yang mempengaruhi volume penjualan terdiri dari 4 variabel, yang terdiri dari personal selling, periklanan, promosi penjualan dan publisitas.

Permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan adalah penurunan volume penjualan dalan 2 (dua) tahun terakhir karena kurang aktif dan efektifnya kegiatan personal selling.

Berdasarkan hasil hipotesa, diketahui nilai koefiisen korelasi r 0,92, apabila r mendekati 1 maka anatara varibel x (personal selling) dan y (volume penjualan) terdapat hubungan yang kuat dan hal ini menunjukkan adanya hubungan yang positif antara kegiatan personal selling dan penjualan perusahaan.

Dari 4 (empat) variabel independen sebagai faktor yang paling dominan adalah faktor personal selling dalam mempengaruhi volume penjualan dengan signifikan pada taraf 5 %.

Hari hasil uji korelasi diketahui t hitung 4,061 dan t tabel 3,182. Apabila t hitung lebih besar dari t tabel maka korelasi tersebut adalah signifikan antara varibel x sebagai biaya personal selling dengan varibel y sebagai volume penjualan.

ABSRACT

A study about factor of personal selling on CV. Tripadu Andika has a purpose to know what is the role of personal selling in increasing the volume of industry selling.

The data are collected from literatures and interviews.the data are analyzed by statistic descriptively as well as inductively.

Variable independent in this study wich influence the selling volume consist of four varibles : they are personal selling, advertisement, selling promotion, and publicity. The most dominant variable is personal selling.

Based in thr hypothesis result, it is found out that the value of coeficient corelation r = 0,92 according to the experiment, the corelation is t sum = 4,06 and t table = 3,182. In case t sum is bigger than t table, the corelayion will be significant.

The varible independent of personal selling as a factors which influence the selling volume, the significant is on 5 %.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERSETUJUAN ii

PANITIA PENGUJI SKRIPSI iii

KATA PENGANTAR iv

RINGKASAN vi

ABSTRAKSI viii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR xiv

BAB I PENDAHULUAN 1

I.1. Latar Belakang Masalah 1

I.2. Perumusan Masalah 3

I.3. Tujuan Penelitian 3

I.4. Manfaat Penelitian 3

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 4

II.1. Landasan Teori 4

II.1.1. Pengertian Pemasaran 4

II.1.2. Marketing Mix 6

II.1.3.Promotional Mix 8

II.1.4. Manajemen Penjualan 9

II.1..5. Pengertian Personal Selling 11

II.1.6. Proses Personal Selling 11

II.1.7. Motivasi dan Kompensasi Penjual 16

II.1.7.1. Insentif unai 16

II.1.7.2. Insentif Tidak Tunai 18

II.2. Hipotesis 19

II.3. Model Analisis 19

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 21

III.1. Variabel Penelitian 21

III.1.1. Variabel Dependent (Variabel Terikat) 21

III.1.2. Variabel Independent (Variabel Bebas) 21

III.2. Jenis dan Sumber Data 21

III.3. Lokasi Penelitian 22

III.4. Prosedur Pengumpulan Data 22

III.5. Tehnik Analisis 22

III.6. Penentuan Populasi dan Sampel 23

III.6.1. Penentuan Populasi 23

III.6.2. Penentuan Sampel 23

BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 25

IV.1. Gambaran Umum Perusahaan 25

IV.1.1. Lokasi Perusahaan 26

IV.1.2. Struktur Organisasi 27

IV.1.3. Kebijakan Pemasaran 33

IV.1.3.1. Kebijakan Produk 33

IV.1.3.2. Kebijakan Harga 36

IV.1.3.3. Kebijakan Saluran Distribusi 36

IV.1.3.1. Kebijakan Promosi 36

IV.2. Deskripsi Hasil Penelitian 37

IV.2.1. Tujuan Perusahaan 37

IV.2.1.1. Tujuan Jangka Pendek 38

IV.2.1.2. Tujuan Jangka Panjang 38

IV.2.2. Analisa Masalah 39

IV.3. Analisis, Model atau Pembuktian Hipotesis 49

IV.4. Pembahasan 51

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 55

V.1. KESIMPULAN 55

V.2. SARAN 56

DAFTAR PUSTAKA 57

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel IV.1 Biaya Personal Selling Setiap Barang Pada CV. Tripadu Andika Periode Tahun 1994 -1998 40

Tabel IV.2 Biaya Personal Selling Setiap Barang Pada CV. Tripadu Andika Periode Tahun 1994 -1998 40

Tabel IV.3 Biaya Personal Selling CV. Tripadu Andika Beserta Prosentase Naik Turun (nya) Periode Tahun 1994 - 1998 ... 41

Tabel IV.4 Target dan Realisasi Penjualan CV. Tripadu Andika Periode Tahun 1994 –1998 43

Tabel IV.5 Realisasi Penjualan CV. Tripadu Andika Beserta Prosentase Periode Naik Turun (nya) Periode Tahun 1994 - 1998 ... 44

Tabel IV.6 Target dan Realisasi Penjualan CV. Tripadu Andika Periode Tahun 1994 –1998 45

Tabel IV.7 Data Jumlah Karyawan yang Mengikuti Program Pelatihan dan Pengembangan Pada CV. Tripadu Andika 46

Tabel IV.8 Data Jumlah Karyawan yang Mengikuti Program Pelatihan dan Pengembangan Pada CV. Tripadu Andika 46

Tabel IV.9 Data Produktivitas Kerja Karyawan yang Mengikuti Program Pelatihan dan Pengembangan Karyawan Pada CV. Tripadu Andika 46

Tabel IV.10 Perhitungan Koefisien antara Biaya Personal Selling dan Realisasi Penjualan CV. Tripadu Andika periode Tahun 1994-1998 50

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar IV.1 Struktur Organisasi CV. Tripadu Andika 28

Gambar IV.2 Distribusi Normal 53

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. LATAR BELAKANG

Dalam menghadapi era PJPT ke-2 ini, pembangunan diberbagai bidang semakin meningkat dimana pembangunan tersebut tidak hanya meliputi satu bidang saja melainkan meliputi berbagai bidang pembangunan. Diantaranya yang terlihat paling mencolok adalah pembangunan dibidang property.

Dengan adanya perkembangan teknologi yang pesat mengakibatkan timbulnya penemuan baru diberbagai bidang memungkinkan konsumen untutk menuntut lebih banyak dan lebih beraneka ragam penyediaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Hal inilah yang mendorong para produsen berlomba dalam berproduksi, sehingga banyak produk baru yang sejenis ditawarkan dipasaran dengan berbagai ukuran, bentuk, merk, mutu serta tingkat harga yang berbeda untuk mengikat hati konsumen.

Persaingan yang ketat untuk memperoleh pasar telah memaksa perusahaab industri berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan mengembangkan usahanya dengan mengelola perusahaan sebaik mungkin.

Agar dapat bertahan dalam persaingan tersebut produsen harus secara aktif dan agesif untuk mempertahankan kedudukannya dipasaran dengan mengembangkan penjualannya, mencari langganan baru, menambah