

**ANALISIS TERHADAP BEBERAPA
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI VOLUME
PENJUALAN PADA PT. "X" DI SURABAYA**



Oleh :

ZENI HANDRIAS

NRP : 11192012

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA
SURABAYA
1997**

ABSTRAK

Perusahaan dalam menghadapi persaingan dan meningkatkan volume penjualannya membutuhkan suatu strategi penjualan. Tiap - tiap perusahaan mempunyai strategi penjualan yang berbeda - beda tergantung dari kebutuhan perusahaan tersebut. Strategi penjualan tersebut haruslah efektif dan efisien karena bila strategi penjualan yang diterapkan kurang efektif dan efisien maka akan merugikan perusahaan itu sendiri.

PT "X" merupakan perusahaan distribusi dimana mempunyai masalah dalam memasarkan produknya. Hal ini tampak dari target penjualan yang telah ditetapkan tidak dapat tercapai. Diperkirakan masalah yang dihadapi PT "X" disebabkan karena strategi penjualan yang kurang efektif.

Strategi penjualan yang diterapkan oleh PT "X" dipengaruhi oleh faktor quantity discount, sales promotion dan personal selling. Untuk mengatasi masalah perusahaan, perlu dilakukan suatu analisis. Dalam hal ini teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Tujuannya adalah untuk mengetahui berapa besar pengaruh dari faktor - faktor di atas terhadap volume penjualan.

Dari hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa faktor quantity discount, sales promotion dan personal selling berpengaruh terhadap volume penjualan. Selain itu diketahui juga bahwa faktor personal selling mempunyai pengaruh yang dominan dibanding faktor - faktor lain.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa strategi penjualan PT "X" telah tepat. Untuk mengefektifkan strategi penjualannya dapat dilakukan dengan mengoptimalkan faktor - faktor tersebut terlebih lagi untuk faktor personal selling.