

**PERANAN PERSONAL SELLING DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PT "X"
DI SURABAYA**



Oleh :

FERRY ANDRIANTO

NRP : 11192024

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA
SURABAYA**

1998

ABSTRAK

Dalam perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menuntut perusahaan untuk memiliki sumber daya manusia yang handal dalam menghadapi persaingan yang ketat. Disamping dalam menghadapi persaingan dan meningkatkan hasil penjualan membutuhkan suatu strategi penjualan yang efektif dan efisien sehingga dapat menguntungkan perusahaan.

PT "X" merupakan perusahaan distribusi yang mendistribusikan produk elektronik, dimana dalam melakukan penjualannya dibutuhkan suatu pengetahuan tentang produk sehingga penjualan dapat dilakukan dengan baik. Untuk itu dibutuhkan suatu pelatihan tenaga kerja tentang prinsip-prinsip penjualan agar mereka dapat memiliki ketrampilan dalam melakukan transaksi penjualan serta dapat menumbuhkan rasa percaya diri dalam melakukan transaksi penjualan.

Perusahaan dalam melakukan strategi penjualan menggunakan personal selling dalam melakukan pendistribusiannya. Dalam pendistribusiannya perusahaan mengalami permasalahan yang mengakibatkan penjualan menurun dan tidak mencapai target yang ditetapkan perusahaan. Diperkirakan hal tersebut disebabkan kurang efektifnya peranan personal selling yang dilakukan perusahaan. Dimana penyebab kurang efektifnya personal selling dipengaruhi oleh faktor frekuensi kunjungan dan biaya personal selling.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut dalam perusahaan, diperlukan suatu analisis. Dalam hal ini teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda. Tujuannya adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari faktor-faktor diatas terhadap penjualan.

Dimana dari analisis yang dilakukan dengan menggunakan program microstat dari Ecosoft dapat diketahui bahwa faktor frekuensi kunjungan dan biaya personal selling berpengaruh terhadap penjualan. Dengan demikian dapat disimpulkan perusahaan harus mengoptimalkan peranan personal selling terutama faktor-faktor yang mempengaruhinya untuk lebih dioptimalkan sehingga diharapkan penjualan dapat lebih maju lagi dan menguntungkan perusahaan.