ANALISIS HUBUNGAN ANTARA PEMBERIAN INSENTIF PADA SALESMAN TOKO ELEKTRONIK DENGAN VOLUME PENJUALAN PT. MULTI ALAM ELOK DI SURABAYA

Oleh :

GO CHUNG HAN

NRP : 11193003

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA

SURABAYA

1999

ABSTRAK

Situasi persaingan yang semakin ketat antara perusahaan-perusahaan distributor barang elektronik membuat PT. Multi Alam Elok berupaya untuk terus meningkatkan volume penjualannya.
Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan selain melalui iklan di media cetak surat kabar, juga melalui pemberian insentif penjualan kepada para salesman toko elektronik setiap para salesman tersebut menjual satu unit produk barang elektronik merk Yamaha tersebut.
Diharapkan dengan adanya pemberian insentif tersebut dapat memotivasi para salesman agar terus meningkatkan prestasinya dibidang penjualan dan memaksimalkan kemampuan yang dimilikinya.
Dari hasil analisis terbukti bahwa ada hubungan antara pemberian insentif pada salesman toko elektronik dengan volume penjualan.
Oleh karena itu maka PT. Multi Alam Elok sebaiknya tetap melanjutkan kebijakan pemberian insentif kepada para salesman toko elektronik agar volume penjualannya dapat terus meningkat dari waktu ke waktu.
Namun sebaiknya perusahaan merubah cara penetapan besarnya insentif yang diberikan yaitu Gaji Plus Bonus Plus Komisi dari yang semula insentif yang diberikan sebesar Rp. 5.000,-/unit barang, menjadi penetapan insentif yang berdasarkan prosentase tertentu dari harga per unit barang, misalnya 1%/unit barang sebab pemberian insentif dengan tidak memperhatikan harga per unit barang akan berakibat kurang dapat memberi motivasi para salesman toko elektronik.