

**PENGARUH PELAKSANAAN PERSONAL SELLING  
TERHADAP PENINGKATAN HASIL PENJUALAN PRODUK  
KOMPUTER PADA PT.PERNADI WIRA PERKASA  
DI JAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah satu Tugas Akademik Dan  
Melengkapi Sebagian Dari Syarat-syarat Guna Mencapai  
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen

oleh :

**NAMA : DONNY OKTAVIANO**

**NIM : 96420027**

**NIRM : 963123340250039**



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA  
2001**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : DONNY OKTAVIANO  
NIM : 96420027  
NIRM : 963123340250039  
FAKULTAS : EKONOMI  
KONSENTRASI : PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH METODE DAN STRATEGI PERSONAL  
SELLING TERHADAP PENINGKATAN HASIL  
PENDAPATAN PRODUK KOMPUTER PADA PT.  
PERNADI WIRA PERKASA DI JAKARTA.

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dihadapan panitia penguji pada tanggal :

Jakarta, Juni 2001

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen

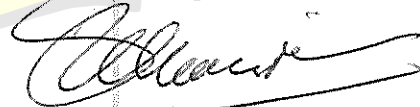
( Dra. Endang Tri Pujiastuti )

Menyetujui

1. Pembimbing Materi

( Drs. Soeroso )

2. Pembimbing Teknis



( Sukardi SE. )

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : DONNY OKTAVIANO  
NIM : 96420027  
NIRM : 963123340250039  
FAKULTAS : EKONOMI  
JURUSAN : PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH METODE DAN STRATEGI PERSONAL SELLING TERHADAP PENINGKATAN HASIL PENDAPATAN PRODUK KOMPUTER PADA PT. PERNADI WIRA PERKASA DI JAKARTA.

Skripsi ini telah diperiksa, dikaji dan diujikan di hadapan Panitia Penguji Skripsi Pada tanggal..... dengan hasil.....

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

NAMA

JABATAN

TANDA TANGAN

1. .... (.....)
2. .... (.....)
3. .... (.....)

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA : DONNY OKTAVIANO  
NIM : 96420027  
NIRM : 963123340250039  
FAKULTAS : EKONOMI  
JURUSAN : PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH METODE DAN STRATEGI PERSONAL  
SELLING TERHADAP PENINGKATAN HASIL  
PENDAPATAN PRODUK KOMPUTER PADA PT.  
PERNADI WIRA PERKASA DI JAKARTA.

### MENYATAKAN

Bahwa skripsi ini saya susun berdasarkan hasil riset, observasi dan wawancara serta menggabungkannya dengan literatur yang berhubungan dengan materi skripsi sebagaimana yang tercantum dalam daftar pustaka.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jakarta, Juni 2001



( DONNY OKTAVIANO )

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Bapa dan kasih dari Thuan Yesus Kristus, atas segala kasihNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menempuh ujian sarjana lengkap pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah menerima banyak bantuan, bimbingan dan petunjuk yang sangat bermanfaat dari berbagai pihak. Dan pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Shanti Danu, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas darma Persada.
2. Bapak Drs. Soeroso, selaku pembimbing materi skripsi yang telah meluangkan waktu untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Fauzy Baisyir.MM, selaku Penasehat Akademik, yang telah banyak memberikan bimbingan dan petunjuk selama penulis mengikuti kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
4. Bapak Sukardi SE, selaku pembimbing teknis yang telah banyak memberikan waktu dan pikirannya untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh jajaran dosen, dan staff Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah memberikan pendidikan dan pelayanan selama penulis mengikuti

kuliah.

6. Bapak Ir. Herfin Prakoso, selaku direktur PT. Pernadi Wira Perkasa, yang telah memberikan ijin dan waktu kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Kedua Orang Tuaku, adik-adikku : Siska dan Emilia yang tercinta yang telah memberikan dorongan moril maupun materiil hingga selesainya penyusunan skripsi ini.
8. Rekan-rekan dalam pelayanan di KSKK UNSADA beserta rekan pelayanan dari kampus-kampus lain yang tergabung di BKPAK yaitu : kampus UNKRIS, UMT, STIAMI dan TARAKANITA.
9. Apriyani, yang telah banyak sekali memberikan dukungan baik dalam moral, semangat dan doanya supaya penulis tidak menyerah dalam mencapai tujuan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, akan tetapi semua kekurangan sempurnaan itu adalah menjadi tanggung jawab penulis sendiri.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat diterima serta bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 12 Juni 2001

( **DONNY OKTAVIANO** )

## ABSTRAK

- A. **Donny Oktaviano** : 96420027 / 963123340250039
- B. **Judul skripsi** : Pengaruh Metode dan Strategi Personal Selling Terhadap Peningkatan Hasil Pendapatan Produk Komputer Pada PT. Pernadi Wira Perkasa.
- C. + 70 halaman, 2001, 4 tabel.
- D. **Kata Kunci** : Personal Selling, Hasil Pendapatan
- E. **Alasan dan Tujuan Penelitian** : Untuk mengetahui seberapa besar efektivitas dan efisiensi dari strategi personal selling dalam meningkatkan hasil pendapatan produk komputer pada PT. Pernadi Wira Perkasa.  
**Metode Penelitian** : Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan metode penelitian kepustakaan serta mengadakan penelitian langsung berupa wawancara ke PT. Pernadi Wira Perkasa untuk memperoleh data-data yang di perlukan.  
**Hasil Penelitian** : Dengan strategi personal selling yang dilaksanakan oleh perusahaan, maka akan berpengaruh terhadap peningkatan hasil pendapatan yang diraih perusahaan. Berdasarkan analisa korelasi antara biaya personal selling (variabel x) dengan hasil pendapatan (variabel y) diperoleh hasil  $r = 0,65$ , menunjukkan hubungan yang positif.  
**Kesimpulan dan saran** : Perusahaan dapat mengatasi masalah krisis moneter dan ekonomi dengan melakukan diversifikasi di bidang usaha lainnya.
- F. **Daftar Acuan** : 10 ( 1977 – 1989 )
- G. **Ketua Jurusan Manajemen**
- H. **Dosen Pembimbing Materi**

( Dra. Endang Tri Pujiastuti )

( Drs. Soeroso )

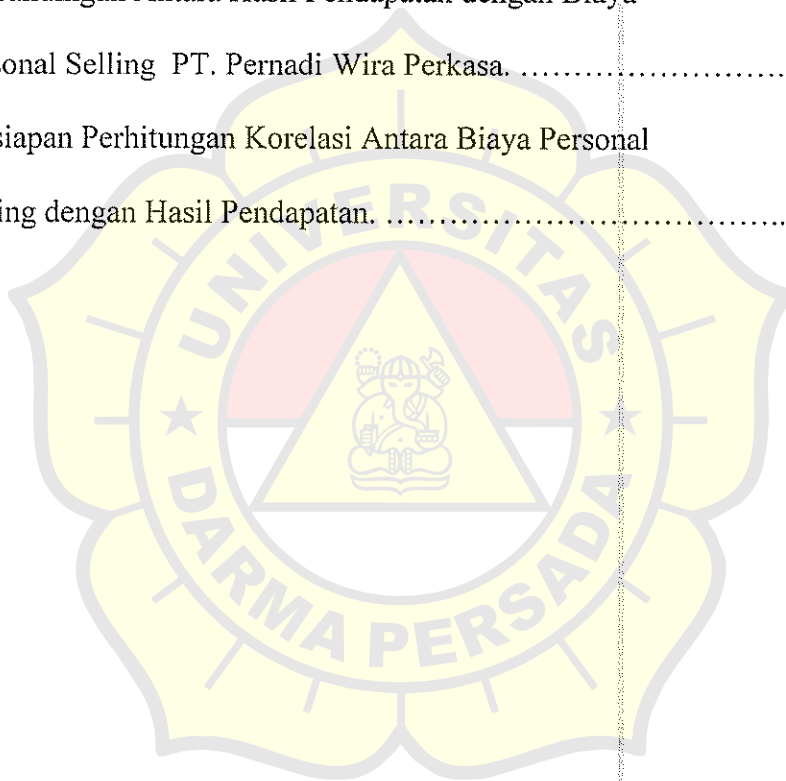
## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan dan Pembatasan Masalah .....	3
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	4
D. Metode Penelitian .....	4
E. Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Pengertian, Konsep dan bauran Pemasaran .....	9
B. Pengertian dan Tujuan Personal Selling .....	25
C. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Personal Selling...	26
D. Fungsi-fungsi Tenaga Penjualan .....	29
E. Proses Personal Selling .....	32

BAB III	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A.	Sejarah Singkat dan Perkembangan Perusahaan.....	35
B.	Struktur Organisasi .....	38
C.	Bidang-bidang Usaha Perusahaan .....	42
D.	Data Perkembangan Hasil Pendapatan dan Biaya Perusahaan...	45
BAB IV	ANALISA DAN PEMBAHASAN	
A.	Pelaksanaan Personal Selling Pada PT. Pernadi Wira Perkasa...	50
B.	Hubungan Personal Selling dengan Penjualan.....	55
C.	Permasalahan Yang Dihadapi Oleh PT. Pernadi Wira Perkasa...	65
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
A.	Kesimpulan .....	68
B.	Saran .....	69
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel III – 1 Jumlah Pendapatan PT. Pernadi Wira Perkasa pada Tahun 1995 sampai dengan 1999. ....	48
Tabel III – 2 Jumlah Biaya Personal Selling PT.Pernadi Wira Perkasa Pada Tahun 1995 sampai dengan 1999. ....	49
Tabel IV – 1 Perbandingan Antara Hasil Pendapatan dengan Biaya Personal Selling PT. Pernadi Wira Perkasa. ....	59
Tabel IV – 2 Persiapan Perhitungan Korelasi Antara Biaya Personal Selling dengan Hasil Pendapatan. ....	61



## DAFTAR GAMBAR

### Halaman

Gambar III –1 Struktur Organisasi PT. Pernadi Wira Perkasa .....	41
--	----



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran adalah bagian dari siklus sistem perekonomian karena tujuan pemasaran adalah : memasarkan produk secara berlebihan dengan memahami keinginan dari konsumen serta melayani sesuai dengan kualitas produk yang sepadan.

Memang pemasaran hampir dianggap sebagai tindakan untuk menjual sesuatu, tetapi yang membedakan penjualan dengan pemasaran adalah bagaimana suatu produk yang dihasilkan bisa laku terjual sebanyak-banyaknya, sedangkan pemasaran tidak hanya menjual produk saja melainkan banyak aspek yang diperlukan seperti strategi, riset pemasaran, taktik pemasaran, marketing mix dan lain sebagainya.

Sebuah perusahaan yang menghasilkan sesuatu, baik produk barang dan jasa, pemasaran sangatlah diperlukan. Pemasaran merupakan proses terakhir setelah produk siap dijual atau dipasarkan, dari sinilah terlihat bagaimana suatu pemasaran dapat memberikan hasil pendapatan bagi perusahaan penghasil produk tersebut, dimana hasil pendapatan tersebut merupakan bagian yang tentunya sangat vital bagi kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan yang berkembang pesat umumnya memiliki manajemen pemasaran yang bagus dan

tangguh, yang mengerti tentang konsep-konsep pemasaran pada pelaksanaan di lapangan seperti ; jenis produk yang diinginkan konsumen, segmen pasar, promosi dan sebagainya.

Lalu salah satu konsep penting juga diidentikkan dengan pemasaran ialah penjualan. Penjualan adalah pondasi dari perusahaan yang menghasilkan suatu produk, sebab perusahaan selalu mencari berbagai cara atau metode untuk supaya penjualan meningkat, sehingga secara otomatis penghasilan perusahaan ikut meningkat.

Segala upaya dan taktik dilakukan untuk menunjang penjualan, sehingga sesuai dengan target perusahaan. Perusahaan harus jeli mencermati segala kondisi, apakah produk sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Salah satu konsep metode yang dipakai dalam penjualan adalah metode personal selling yang mendistribusikan secara langsung hasil produk perusahaan ke konsumen. Metode ini biasanya dipakai oleh perusahaan-perusahaan kecil dan menengah. Keunggulan dari metode ini bahwa metode personal selling tersebut memiliki efek dan dampak yang sangat besar terhadap calon konsumennya dibanding dengan promosi yang dilakukan dengan cara lain, dan transaksi juga bisa dilakukan pada saat itu juga.

Hal lain yang menjadi keunggulan dari personal selling ialah para calon konsumen tidak perlu lagi merasa disibukkan dengan mencari produk-produk tersebut, karena biasanya personal selling dilakukan dengan mengunjungi para calon konsumen. Oleh karena beberapa hal tersebut,

maka penulis merasa tertarik untuk mengambil masalah tentang personal selling sebagai masalah yang akan di teliti. Sebab personal selling dapat dipertimbangkan sebagai taktik penjualan yang efektif dalam memasarkan suatu produk.

Oleh sebab itu supaya proses dari personal selling ini dapat terlaksana sesuai dengan harapan dan target perusahaan, maka perusahaan haruslah dapat mengetahui kelompok konsumen yang ditargetkan sebagai segmentasi pasarnya. Sehingga tercapai sasaran dan tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya.

## **B. Perumusan dan Pembatasan Masalah**

Pada umumnya dan hampir semua tujuan utama perusahaan adalah untuk memperoleh laba atau profitability. Laba yang diperoleh perusahaan adalah dari hasil pemasaran produknya. Sistem atau metode penjualan yang dilakukan PT. Pernadi Wira Perkasa ialah :

Personal selling : Penjualan yang dilakukan antara perusahaan ke konsumen secara langsung.

Jadi sesuai dengan judul, maka penulis menyusun suatu perumusan dan pembatasan masalah yaitu : Seberapa besar efektivitas dan efisiensi dari metoda personal selling untuk meningkatkan hasil pendapatan produk komputer pada P.T. Pernadi Wira Perkasa.

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Ingin mengetahui sejauh mana metode personal selling dapat meningkatkan hasil pendapatan pada PT. Pernadi Wira Perkasa.

### **2. Manfaat Penelitian**

#### **a. Bagi Penulis.**

Penelitian ini merupakan sarana yang ideal untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh di bangku kuliah ke dalam pelaksanaan yang nyata di bidang penjualan pada PT. Pernadi Wira Perkasa.

#### **b. Bagi Perusahaan.**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dan bahan informasi bagi perusahaan dalam menjalankan kegiatan pemasaran pada umumnya dan metode penjualan pada khususnya.

#### **c. Bagi Pihak-pihak lain.**

Dengan adanya hasil penelitian ini, maka diharapkan akan menimbulkan minat pada pihak lain untuk meneliti lebih lanjut dan lebih mendalam tentang metode personal selling.

## **D. Metode Penelitian**

Dalam usaha untuk mendapatkan data-data pada penyusunan skripsi ini penulis melakukan riset ke perusahaan yang telah penulis tetapkan

sebagai obyek penelitian. Penelitian dilakukan langsung terhadap perusahaan untuk memperoleh data primer dan sekunder dari perusahaan tersebut, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

#### **1. Study kasus :**

Meneliti tentang kasus-kasus permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan dan melihat cara yang dipakai untuk mengatasi masalah perusahaan, dan hubungannya dengan perencanaan teknis perusahaan juga dengan tujuan perusahaan tersebut.

#### **2. Riset kepustakaan :**

Suatu cara atau penelitian dengan mengumpulkan informasi yang ada hubungannya dengan judul dan masalah, melalui buku catatan kuliah serta sumber-sumber kepustakaan lainnya.

#### **3. Riset lapangan :**

Penulis mengadakan penelitian langsung pada perusahaan PT.Pernadi Wira Perkasa jakarta, dimana analisa data lapangan dapat diperoleh melalui :

- a) Wawancara : Sebagai suatu metode pengumpulan data dengan jalan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan atau kompeten dalam perusahaan.

#### **4. Metode analisis data :**

Menurut Anto Dajan ada dua macam data yang dapat diteliti,yaitu

data kuantitatif dan data kualitatif. Adapun definisi dari data-data tersebut yaitu :

- a. Data Kuantitatif : Yaitu serangkaian observasi atau pengukuran yang dapat dinyatakan dalam angka-angka.
- b. Data Kualitatif : Yaitu, serangkaian observasi dimana tiap observasi yang terdapat dalam sampel (populasi) tergolong pada salah satu, daripada kelas-kelas eksklusif secara bersama-sama dan yang kemungkinannya tidak dapat dikatakan dalam angka.

Adapun dalam penelitian ini data yang dipakai adalah data kuantitatif karena data kualitatif dalam pelaksanaannya membutuhkan biaya yang besar dan waktu yang lama.

Setelah mengetahui jenis data yang akan dipakai, maka dapat ditentukan metode analisis kuantitatif. Analisis yang dipakai dalam penelitian ini adalah :

1. Metode regresi linear : Untuk memperlihatkan hubungan antara kedua variabel, persamaan regresi adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bx ; ( J. Supranto, edisi ke 5, hal 171 )$$

Keterangan : a = Y pintasan, ( nilai Y bila X= 0 )

b = Kemiringan dari regresi (kenaikan atau penurunan Y untuk setiap perubahan satu-satuan X) atau koefisien regresi, mengukur besarnya pengaruh X terhadap Y kalau X naik satu unit/rupiah

2. Analisis korelasi : melihat hubungan ( korelasi ) antara dua variabel yaitu variabel tidak bebas ( Y ) dan variabel bebas ( X ), persamaannya adalah sebagai berikut :

$$r = \frac{n \cdot \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{\sqrt{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2} \cdot \sqrt{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

## E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini dibagi dalam lima bab, dimana antara satu bab dengan bab yang lainnya saling berhubungan. Secara garis besar, pembahasan pada tiap-tiap bab dapat diuraikan sebagai berikut :

### BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan metode penelitian serta sistematika pembahasan.

### BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan landasan teori yang berisi pengertian tentang marketing, konsep pemasaran, pengertian personal selling, fungsi marketing, konsep pemasaran, promosi, pengertian personal selling, fungsi dan tugas tenaga penjualan, proses personal selling.

### BAB III : TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN

### BAB III : TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini dijelaskan mengenai sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan beserta job description masing-masing jabatan, kegiatan penjualan dan pemasaran juga data mengenai hasil pendapatan dan biaya untuk personal selling.

### BAB IV : ANALISA PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis menyajikan model pemecahan masalah, data-data yang diperoleh dari perusahaan untuk menganalisa hasil pendapatan per periode dengan biaya-biaya yang di keluarkan oleh perusahaan. Juga mengenai permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan.

### BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini penulis menarik kesimpulan yang ada dalam skripsi ini dan memberikan saran untuk perusahaan, yang mungkin berguna bagi perusahaan dalam menjalankan aktivitas pemasaran produknya di masa mendatang.