



**EFEKTIVITAS KEGIATAN PERSONAL SELLING DALAM  
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK TEH  
BOTOL SOSRO PADA PT. SINAR SOSRO KP. PADANG**

**Skripsi**

*Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S1*

Oleh:

**HARDI VERNANDO**

**BP: 04954088**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI EKSTENSI  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2007**

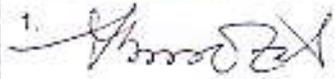
	No. Alumni Universitas	Hardi Vernando	No. Alumni Fakultas
	<p align="center"><b>Biodata</b></p> <p>a). Tempat/Tgl Lahir: Padang/13 April 1982, b). Nama Orang Tua: Eddy Idris, c). Fakultas Ekonomi Program SI, d). Jurusan: Manajemen, e). No BP: 04454088, f). Tanggal Lulus: 14 Juni, g). Predikat Lulus: memuaskan, h) IPK: , i) Lama Studi: 3 Tahun 10 Bulan, j). Alamat Orang Tua: Komp. Perumahan Bumi Kordang Damai Blok A No. 8 Kelurahan Korong Gulung Kecamatan Kuranji Padang</p>		

**Efektifitas Kegiatan Personal Selling dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Teh Botol Sosro Pada PT. Sinar Sosro Indonesia KP. Padang.**  
Skripsi SI oleh Hardi Vernando Pembimbing Drs. Syafrizal, SE. MM.

**Abstrak**

Program Personal Selling yang dijalankan oleh PT. Sinar Sosro KP. Padang belum berjalan secara efektif. Hal ini dapat dilihat dari volume penjualan pada tahun 2004—2005 yang mengalami kenaikan yang kurang signifikan jika dibandingkan dengan jumlah Personal Selling yang ada. Ini mungkin disebabkan rendahnya motivasi yang diberikan perusahaan terhadap tenaga penjual, baik berupa kompensasi dan imbalan (komisi atau bonus) atau bantuan motivasi lainnya. Belum optimalnya produktifitas dari Personal Selling yang dimiliki oleh PT. Sinar Sosro KP. Padang karena jumlah personal selling tidak sesuai dengan beban kerja yang ada. Kadang kala mengalami kekurangan tenaga penjual dan kadang kala mengalami kelebihan Personal Selling yang mengharuskan perusahaan mengeluarkan biaya yang lebih besar. Ini terbukti dari tahun 2004—2006 penambahan jumlah Personal Selling tidak efektif dalam meningkatkan volume penjualan. Dilihat dari kunjungan per salesman PT. Sinar Sosro KP. Padang juga sedikit mengalami masalah karena rata-rata kunjungan salesman pertahun mengalami penurunan. Hal ini disebabkan penambahan jumlah salesman kurang efektif terhadap upaya peningkatan volume penjualan.

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 14 Juni 2008, dengan penguji:

Tanda Tangan	1. 	2.	3.
Nama terang	Drs. Syafrizal, SE. MM.	Dra. Yanti	Dra Toti Sri Mulyani

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen

Tafdil Husni, SE. MBA. PhD.  
NIP. 131 656 499

  
Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftarkan ke fakultas dan telah mendapat nomor alumnus:

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama:	Tanda Tangan:
No. Alumni Universitas	Nama:	Tanda Tangan:

# BAB I PENDAHULUAN

## **1.1 Latar Belakang Masalah**

Seperti yang kita ketahui bahwa semakin hari tingkat pemikiran manusia semakin berkembang. Untuk itu mereka berusaha meningkatkan dan memajukan hidupnya. Sejalan dengan hal itu, kebutuhan dan keinginan manusia pada barang dan jasa juga semakin meningkat.

Dengan meningkatnya kebutuhan dan keinginan manusia tersebut maka ia akan berusaha dengan berbagai cara untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Sebagai aplikasi dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan tersebut mereka mencoba untuk mendirikan perusahaan. Dengan berdirinya perusahaan tersebut maka terjadilah persaingan dalam merebut pasar dan juga terdapat berbagai masalah.

Pemasalahan yang paling penting adalah dibidang pemasaran yaitu bagaimana cara memasarkan produk secara efektif dan efisien, agar dapat meningkatkan volume penjualan, karena pemasaran adalah ujung tombak keberhasilan suatu perusahaan. Bidang inilah yang sangat menentukan berhasil atau tidaknya suatu perusahaan dalam menghasilkan laba yang dapat digunakan untuk berbagai macam tujuan. Salah satu tujuannya adalah untuk mempertahankan kelangsungan hidup dari perusahaan tersebut.

Dengan tingkat persaingan yang tajam, konsumen seringkali dihadapkan pada bermacam-macam produk yang akan menimbulkan banyak alternatif dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang dibutuhkan. Untuk itu dibutuhkan tenaga penjual yang akan membantu konsumen dalam memilih alternatif yang terbaik. Selain membantu konsumen, dengan menggunakan tenaga

penjual ini, akan membuka kesempatan kerja dan peningkatan prestasi bagi tenaga penjual itu sendiri.

Dalam melakukan kegiatan ini, penjualan atau satuan penjual dituntut memiliki bakat seni serta keahlian untuk mempengaruhi orang lain. Di sini para penjual harus mengetahui orang lain agar dapat mendongkrak volume penjualan perusahaan.

PT. Sinar Sosro KP. Padang merupakan salah satu perusahaan minuman yang ada di Sumatera Barat, juga mengalami masalah dalam melaksanakan aktivitas pemasaran terhadap produk yang ditawarkannya. Dalam hal ini, produk minuman teh yang di produksi oleh PT. Sinar Sosro KP. Padang yang akan penulis bahas secara lebih mendalam.

Untuk lebih jelasnya, berikut ini akan diberikan tabel total volume penjualan dari PT. Sinar Sosro KP. Padang selama 6 tahun terakhir (2001—2006):

**Tabel 01**  
**Perkembangan Volume Penjualan produk**  
**PT. Sinar Sosro Indonesia KP. Padang Tahun 2001—2006**

<b>Tahun</b>	<b>Penjualan (Krat/Karton)</b>	<b>Perubahan (%)</b>
2001	150300	-
2002	184500	22,7
2003	264200	33,4
2004	329700	33,9
2005	411700	35,5
2006	430000	(2,7)

Sumber : PT. Sinar Sosro Indonesia KP. Padang

Dari tabel di atas, terlihat bahwa total penjualan produk-produk yang ditawarkan oleh PT. Sinar Sosro KP. Padang ini mengalami peningkatan yaitu pada tahun 2001—2006, namun pada tahun 2006 terjadi penurunan. Hal ini disebabkan karena persaingan

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 KESIMPULAN**

Setelah penulis melakukan penelitian dan analisis pada PT. Sinar Sosro KP, Padang terhadap pemasaran, aktifitas Personal Selling, analisa volume penjualan serta analisis biaya Personal Selling dan tenaga Personal Selling yang sangat mempengaruhi penjualan, akhirnya penulis memiliki kesimpulan berikut:

1. Program Personal Selling yang dijalankan oleh PT. Sinar Sosro KP, Padang belum berjalan secara efektif. Hal ini dapat dilihat dari volume penjualan pada tahun 2004—2005 yang mengalami kenaikan yang kurang signifikan jika dibandingkan dengan jumlah Personal Selling yang ada. Ini mungkin disebabkan rendahnya motivasi yang diberikan perusahaan terhadap tenaga penjual, baik berupa kompensasi dan imbalan (komisi atau bonus) atau bantuk motivasi lainnya.
2. Belum optimalnya produktifitas dari Personal Selling yang dimiliki oleh PT. Sinar Sosro KP, Padang karena jumlah personal selling tidak sesuai dengan beban kerja yang ada. Kadang kala mengalami kekurangan tenaga penjual dan kadang kala mengalami kelebihan Personal Selling yang mengharuskan perusahaan mengeluarkan biaya yang lebih besar. Ini terbukti dari tahun 2004—2006 penambahan jumlah Personal Selling tidak efektif dalam meningkatkan volume penjualan
3. Dilihat dari kunjungan per salesman PT. Sinar Sosro KP, Padang juga sedikit mengalami masalah karena rata-rata kunjungan salesman pertahun mengalami

## DAFTAR PUSTAKA

- Churchill, Ford Walker, **Sales Force Management**, Second Edition, Richard D Irwin Inc, Homewood, Illinois, 1985.
- Kotler, Philip, **Principle Of Marketing** (Alih Bahasa: Wilhelmus W. Boko SE) Penerbit Intermedia, Jakarta, 1987.
- \_\_\_\_\_. **Marketing, Analisis, Planning, Implementation and Control** (Alih Bahasa: Jaka Wasana), Jilid II, Edisi Keenam, Penerbit Erlangga, 1992.
- \_\_\_\_\_. **Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan Implementasi, dan pengendalian**, (Alih Bahasa: Ancella Aniwati Herawan SE, MBA), Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 1995.
- \_\_\_\_\_. **Marketing Management, Analisis, Planning, and Control**, (Alih Bahasa: Hendra Teguh, SE, AK. dan Renny A Rusli, SE, AK.), Ninth Edition, Prentice-Hall Inc, 1998.
- Manulang, M. **Pengantar Ekonomi Perusahaan**, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 1981.
- Moleong, Lexy J. **Metodologi Penelitian Kualitatif**, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1994.
- Naturadjo, S. **Unsur-unsur Marketing**, Penerbit Alumni Bandung, 1972.
- Nickels, William G. **Marketing** (Alih Bahasa: Marwan Asri), Edisi I, Penerbit BPPF Yogyakarta, 1986.
- Sarwoto, **Dasar-dasar Organisasi Manajemen**, Penerbit Indonesia-Jakarta, 1979.
- Sigit, Soehardi, **Marketing Praktis**, Penerbit Armurita, Yogyakarta, 1982.
- Sutoyo, S. **Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran**, Penerbit Lembaga Pendidikan dan Pembinaan Manajemen, 1981.
- Sudjana, **Metode Statistik**, Edisi IV, Penerbit Transiti, Bandung, 1986.
- Surakhmad, Winarno, **Pengantar Penelitian Ilmiah**, Bandung: Usaha Nasional, 1982.
- Swastha, Basu. **Manajemen Penjualan**, Edisi II, Penerbit Ananda, Yogyakarta, 1981.
- \_\_\_\_\_. **Manajemen Pemasaran Modern**, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 1983.
- \_\_\_\_\_. **Pengantar Bisnis Modern**, Edisi III, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 1999.