

**PENGARUH PERSONAL SELLING TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN
PRODUK DOUBLE PAN PADA PT DAHLIA DEWANTARA BOGOR**

Yetty Husnul

Dosen Tetap Fakultas Ekonomi
Universitas Pakuan

Asti Ismutia Pratiwi

Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Universitas Pakuan

ABSTRAK

Promosi dengan menggunakan *personal selling* ini banyak dilakukan oleh berbagai perusahaan. Salah satu perusahaan yang menggunakan *personal selling* ini adalah PT. Dahlia Dewantara. Kegiatan *personal selling* yang dilakukan oleh PT. Dahlia Dewantara ini yaitu melalui team demo. Penulis meneliti perusahaan ini dikarenakan terjadinya penurunan penjualan pada bulan-bulan tertentu pada tahun 2011.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *personal selling* yang dilakukan oleh PT. Dahlia Dewantara dalam memasarkan berbagai produk double pan, untuk mengetahui peningkatan penjualan produk double pan yang dialami oleh PT. Dahlia Dewantara, untuk mengetahui pengaruh *personal selling* terhadap peningkatan penjualan produk double pan pada PT. Dahlia Dewantara. Metode yang digunakan untuk mengetahui pengaruh *personal selling* terhadap penjualan produk double pan PT. Dahlia Dewantara adalah metode penelitian kualitatif survey.

Hasil pengolahan data menghasilkan : Hasil analisis pada biaya personal selling didapatkan hasil biaya rata-rata biaya gaji dan biaya transportasi di tahun 2011 pada setiap bulannya adalah 0%. Ini terjadi karena biaya gaji dan biaya transportasi untuk setiap bulannya di tahun 2011 tidak berubah. Dan biaya yang dikeluarkan untuk bonus sebesar Rp2.759.000 dengan peningkatan persentase biaya transportasi sebesar 2,85%. Disimpulkan biaya yang paling besar adalah biaya bonus dan biaya paling kecil biaya gaji dan biaya transportasi, secara keseluruhan penerapan biaya personal selling sudah cukup baik. dapat dilihat dari hasil penjualan pada tahun 2011 sebesar Rp348.480.000, dengan rata-rata penjualan -1,73% setiap bulannya. Rata-rata peningkatan penjualan yang sebesar -1,73% masih belum baik. Hasil dari program SPSS 17.0 *for windows*, diperoleh koefisien regresi. $Y = -8,384 + 0,000 X_1 + 0,000 X_2 + 87,548 X_3$. (R) sebesar 812. Dari koefisien determinasi (R^2) sebesar 66%. Nilai ini menunjukkan sumbangan pengaruh biaya gaji, biaya transportasi dan biaya bonus terhadap peningkatan penjualan. Pengujian secara simultan X_1, X_2, X_3 terhadap Y melalui Uji t dengan $\alpha = 0,05$ dan $t_{tabel} = 1,860$. Dari tabel diperoleh nilai $t_{hitung} = 4,404 > t_{tabel} = 1,860$ maka H_0 di terima dan nilai sig. lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai $0,00 < 0,05$. sehingga model dinyatakan berarti atau signifikan. Maka personal selling berpengaruh terhadap penjualan double pan pada PT. Dahlia Dewantara Bogor.

Kata Kunci: *Personal selling*, Volume Penjualan

I. Pendahuluan

Pada umumnya perusahaan akan selalu berusaha untuk tetap berkembang serta mampu bersaing. Semakin ketat dan semakin tajamnya persaingan, perusahaan berupaya agar produk yang dihasilkannya dapat laku terjual atau dapat menguasai pasar serta mendapatkan keuntungan seoptimal mungkin. Agar tujuan perusahaan tersebut dapat tercapai diperlukan strategi promosi yang efektif.

Salah satu strategi dari promosi tersebut yaitu melalui *personal selling* (penjualan personal) karena terdapat pengaruh secara langsung yang timbul dalam pertemuan tatap muka antara penjual dan pembeli, dimana terdapat pengkomunikasian fakta yang diperlukan untuk mempengaruhi keputusan. Salah satu perusahaan yang menggunakan *personal selling* ini adalah PT. Dahlia Dewantara. Kegiatan *personal selling* yang dilakukan oleh PT. Dahlia Dewantara ini yaitu melalui team demo. Biasanya team demo ini terdiri dari 7 orang team demo didampingi oleh dealer yang akan mencatat semua pesanan dan driver. Kegiatan *personal selling* ini mencakup wilayah Bogor saja, karena PT. Dahlia Dewantara ini merupakan satu-satunya cabang perusahaan di wilayah Bogor. Melalui *personal selling*, perusahaan akan segera mengetahui hasil penjualan dari produk-produk yang ditawarkan. Keberadaan *personal selling* akan berpengaruh terhadap peningkatan penjualan perusahaan.

Kegiatan *personal selling* yang dilakukan PT. Dahlia Dewantara memerlukan biaya seperti biaya gaji, biaya transportasi dan biaya bonus yang didapatkan bila petugas berhasil mencapai target penjualan. Berdasarkan data yang diperoleh penjualan setiap bulannya belum stabil, masih terjadi penurunan dan kenaikan penjualan. Hal ini terjadi karena perusahaan belum dapat mencapai target penjualan sehingga berpengaruh pada peningkatan penjualan. Dari penurunan penjualan tersebut dapat diketahui bahwa ada masalah yang dapat mempengaruhi peningkatan penjualan pada PT. Dahlia Dewantara Bogor. Oleh karena itu kegiatan *personal selling* yang baik sangat diperlukan demi mempengaruhi peningkatan penjualan pada perusahaan tersebut.

Oleh karena itu, Tujuan penelitian adalah sebagai berikut: 1) Untuk mengetahui *personal selling* yang dilakukan oleh PT. Dahlia Dewantara dalam memasarkan berbagai produk double pan; 2) Untuk mengetahui peningkatan penjualan produk double pan yang dialami PT. Dahlia Dewantara; 3) Untuk mengetahui pengaruh *personal selling* terhadap peningkatan penjualan produk double pan pada PT. Dahlia Dewantara.

II. Metode Penelitian

Metode Analisis yang akan dipakai oleh penulis dalam pemecahan masalah yang diteliti adalah melalui regresi berganda. Rumus analisis regresi berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y = Penjualan

a = Biaya Y bila X = 0 (Konstanta)

X₁ = Biaya Gaji

X₂ = Biaya Transportasi

X₃ = Biaya Bonus

a. Analisis Korelasi Berganda

Adapun rumus Korelasi Linier berganda untuk mengukur keeratan hubungan variabel dependen dan variabel independen berikut :

Rumus Korelasi Linier berganda :

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

Keterangan :

r = Koefisien Korelasi

X = Biaya *Personal Selling*

Y = Penjualan

n = Jumlah sampel

Setelah dilakukan perhitungan dengan korelasi berganda maka langkah selanjutnya adalah melakukan koefisien determinasi. Koefisien detrminasi dapat dihitung dengan rumus:

Rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{b_1 \sum x_1 y + b_2 \sum x_2 y}{\sum y^2}$$

III. Hasil dan Pembahasan

3.1 Pelaksanaan *Personal Selling* Oleh PT. Dahlia Dewantara Bogor Dalam Penjualan Produk *Double Pan*

Berikut adalah data-data tentang biaya *personal selling* produk double pan PT. Dahlia Dewantara Bogor:

Tabel Biaya Personal Selling

Biaya Personal Selling								
Bulan	Gaji	%	Transportasi	%	Bonus	%	Total Biaya	%
Januari	Rp8.400.000	-	Rp1.950.000	-	Rp373.500	-	Rp10.723.500	-
Februari	Rp8.400.000	0	Rp1.950.000	0	Rp262.500	-29	Rp10.612.500	-1,03
Maret	Rp8.400.000	0	Rp1.950.000	0	Rp262.500	0	Rp10.612.500	0
April	Rp8.400.000	0	Rp1.950.000	0	Rp175.000	-0,3	Rp10.525.000	-0,8
Mei	Rp8.400.000	0	Rp1.950.000	0	Rp262.500	0,5	Rp10.612.500	0,8
Juni	Rp8.400.000	0	Rp1.950.000	0	Rp175.000	-0,3	Rp10.525.000	-0,8
Juli	Rp8.400.000	0	Rp1.950.000	0	Rp153.000	-0,1	Rp10.503.000	-0,2
Agustus	Rp8.400.000	0	Rp1.950.000	0	Rp153.000	0	Rp10.503.000	0
September	Rp8.400.000	0	Rp1.950.000	0	Rp153.000	0	Rp10.503.000	0
Oktober	Rp8.400.000	0	Rp1.950.000	0	Rp360.000	135	Rp10.710.000	1,9
November	Rp8.400.000	0	Rp1.950.000	0	Rp291.000	-19	Rp10.641.000	-0,6
Desember	Rp8.400.000	0	Rp1.950.000	0	Rp138.000	-52,6	Rp10.488.000	-1,4
Total:	Rp100.800.000	0	Rp23.400.000	0	Rp2.759.000	34,2	Rp126.959.000	-0,07
Rata-rata:	Rp8.400.000	0	Rp1.950.000	0	Rp229.917	2,85	Rp10.579.917	0,005

(Sumber : Data Diolah, 2012)

3.2 Penjualan Produk Double Pan Pada PT. Dahlia Dewantara Bogor

Berikut adalah data-data tentang penjualan double pan PT. Dahlia Dewantara Bogor periode 2011:

Tabel Penjualan PT. Dahlia Dewantara Bogor Tahun 2011

Nilai Penjualan Double Pan								
Bulan	Happy Cook Maxi			Happy Cook Meta			Penjualan	%
	Unit Baran g	Nilai Penjualan	%	Unit Barang	Nilai Penjualan	%		
Januari	16	Rp14.000.00	-	45	Rp32.175.00	-	Rp46.175.00	-
		0			0		0	

Pengaruh Personal Selling terhadap Peningkatan Penjualan Produk *Double Pan* pada PT Dahlia Dewantara Bogor

Februari	34	Rp29.750.000	112,5	9	Rp6.435.000	-80	Rp36.185.000	-21,6
Maret	36	Rp31.500.000	5,8	6	Rp4.290.000	33,3	Rp35.790.000	1,09
April	20	Rp17.500.000	-44,4	4	Rp2.860.000	33,3	Rp20.360.000	43,1
Mei	15	Rp13.125.000	-25	4	Rp2.860.000	0	Rp15.985.000	21,5
Juni	25	Rp21.875.000	66,7	6	Rp4.290.000	50	Rp26.165.000	63,7
Juli	15	Rp12.600.000	-42,4	19	Rp13.110.000	205	Rp25.710.000	1,74
Agustus	11	Rp9.240.000	26,7	16	Rp11.040.000	15,8	Rp20.280.000	21,1
September	14	Rp11.760.000	27,3	19	Rp13.110.000	18,7	Rp24.870.000	22,6
Oktober	15	Rp12.600.000	7,1	45	Rp31.050.000	8	Rp43.650.000	75,5
November	10	Rp8.400.000	33,3	39	Rp26.910.000	13,3	Rp35.310.000	19,1
Desember	5	Rp4.200.000	-50	20	Rp13.800.000	48,7	Rp18.000.000	49,0
Total:	192	Rp166.390.000	-2,4	257	Rp179.180.000	186,1	Rp348.480.000	16,43
Rata-rata:	16	Rp13.865.833	-0,2	21,41667	Rp14.931.667	15,5	Rp29.040.000	1,37

(Sumber : Data Diolah, 2012)

Dari data diatas, penjualan pada PT Dahlia Dewantara Group mengalami fluktuatif.

3.3 Pengaruh Personal Selling terhadap Peningkatan Penjualan Produk *Double Pan* pada PT. Dahlia Dewantara Bogor

Tabel Biaya Personal Selling dan Penjualan

Bulan	Biaya Gaji	Biaya	Biaya Bonus	Hasil
-------	------------	-------	-------------	-------

	X1	Transportasi X2	X3	Penjualan Y
Januari	Rp 8.400.000	Rp 1.950.000	Rp 373.500	Rp 46.175.000
Februari	Rp 8.400.000	Rp 1.950.000	Rp 262.500	Rp 36.185.000
Maret	Rp 8.400.000	Rp 1.950.000	Rp 262.500	Rp 35.790.000
April	Rp 8.400.000	Rp 1.950.000	Rp 175.000	Rp 20.360.000
Mei	Rp 8.400.000	Rp 1.950.000	Rp 262.500	Rp 15.985.000
Juni	Rp 8.400.000	Rp 1.950.000	Rp 175.000	Rp 26.165.000
Juli	Rp 8.400.000	Rp 1.950.000	Rp 153.000	Rp 25.710.000
Agustus	Rp 8.400.000	Rp 1.950.000	Rp 153.000	Rp 20.280.000
September	Rp 8.400.000	Rp 1.950.000	Rp 153.000	Rp 24.870.000
Oktober	Rp 8.400.000	Rp 1.950.000	Rp 414.000	Rp 42.240.000
November	Rp 8.400.000	Rp 1.950.000	Rp 276.000	Rp 33.810.000
Desember	Rp 8.400.000	Rp 1.950.000	Rp 138.000	Rp 18.000.000

Hasil perhitungan menggunakan SPSS

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	B. Bonus ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Penjualan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.812 ^a	.660	.626	6026318.433

a. Predictors: (Constant), B. Bonus

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.045	1	70.45	19.40	.001 ^a
	Residual	3.632	10	3.63		
	Total	10.68	11			

a. Predictors: (Constant), B. Bonus

b. Dependent Variable: Penjualan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-8.384	4.950		1.694	.121
	B. Bonus	87.548	19.878	.812	4.404	.001

a. Dependent Variable: Penjualan

IV. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan yaitu untuk menguji apakah pengaruh *personal selling* terhadap peningkatan penjualan produk *double pan* pada PT. Dahlia Dewantara Bogor maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. PT. Dahlia Dewantara adalah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan peralatan rumah tangga produk *double pan*. PT. Dahlia Dewantara menggunakan *personal selling* dalam memasarkan produknya. Dari pembahasan didapatkan hasil rata-rata biaya gaji dan biaya transportasi di tahun 2011 pada setiap bulannya adalah 0%. Ini terjadi karena biaya gaji dan biaya transportasi untuk setiap bulannya di tahun 2011 tidak berubah. Dan biaya yang dikeluarkan untuk bonus sebesar Rp2.759.000 dengan peningkatan persentase biaya transportasi sebesar 2,85%. Maka dapat disimpulkan biaya yang paling besar di keluarkan adalah biaya bonus dan biaya perusahaan yang dikeluarkan paling kecil adalah biaya transportasi dan biaya gaji, secara keseluruhan penerapan biaya *personal selling* pada PT. Dahlia Dewantara Bogor sudah cukup baik

karena meskipun biaya bonus adalah biaya terbesar yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk produk double pan tetapi peningkatan biaya bonus tidak begitu signifikan jadi masih bisa dikatakan cukup baik.

2. Untuk mengetahui penjualan produk double pan PT. Dahlia Dewantara dapat dilihat dari hasil penjualan pada tahun 2011 sebesar Rp348.480.000, dengan rata-rata penjualan -1,73% setiap bulannya. Rata-rata peningkatan penjualan yang sebesar -1,73% masih belum baik. Dapat disimpulkan peningkatan penjualan produk double pan PT. Dahlia Dewantara Bogor masih belum bisa dikatakan cukup baik.
3. Untuk mengetahui pengaruh *personal selling* terhadap peningkatan penjualan produk double pan pada PT. Dahlia Dewantara Bogor, metode yang digunakan adalah metode regresi dan korelasi berganda. Data yang diolah merupakan data biaya *personal selling* dan hasil penjualan produk double pan PT. Dahlia Dewantara pada tahun 2011. Hasil pengolahan data menghasilkan :
 - a. Persamaan regresi berganda :
$$Y = -8,384 + 0,000 X_1 + 0,000 X_2 + 87,548 X_3$$
(Y = hasil penjualan; X = Biaya *personal selling*).
 - b. Koefisien korelasi : R = 812
 - c. Koefisien determinasi : $R^2 = 660 = 66 \%$
 - d. Nilai $t_{hitung} = (4,404)$ dengan menggunakan tingkat kepercayaan () = 5%, maka diperoleh nilai $t_{tabel} = (1,860)$. Karena nilai t_{hitung} lebih besar daripada nilai t_{tabel} maka disimpulkan bahwa biaya *personal selling* berpengaruh terhadap hasil penjualan produk double pan.

V. Daftar Pustaka

- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. The Millenium Edition, New Jersey: Prentice Hall.Inc.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium Jilid 1, Jakarta: Prenhalindo.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Riset Pemasaran*. Yogyakarta: penerbit Andy.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.