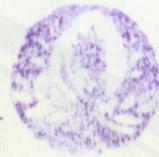


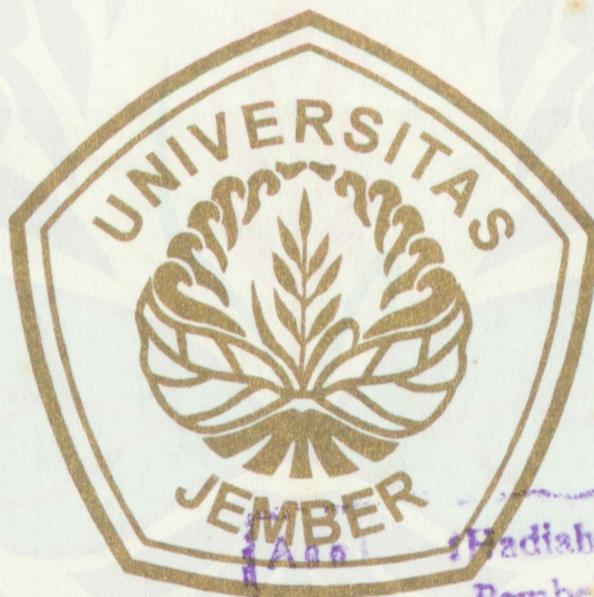
ANALISIS PENENTUAN ALOKASI TENAGA PENJUAL
YANG OPTIMAL DALAM KAITANNYA DENGAN
VOLUME PENJUALAN PADA UD. KHARISMA
DI JEMBER

SKRIPSI



Unit DPT Perpustakaan
UNIVERSITAS JEMBER

Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember



Oleh: *Robby Chahyadhy*
No. Induk: *990810201300*

Hadiah
Pembelian

Terima : Tgl. 17 DEC 2003

No. Induk:

Pyf.

Sp
Klass
658.8
CHA
a.e.1

Robby Chahyadhy

NIM : 990810201300

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER

2003

JUDUL SKRIPSI

ANALISIS PENENTUAN ALOKASI TENAGA PENJUAL YANG OPTIMAL DALAM KAITANNYA DENGAN VOLUME PENJUALAN PADA UD. KHARISMA DI JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

N a m a : Robby Chahyadhy

N. I. M. : 990810101300

J u r u s a n : Manajemen

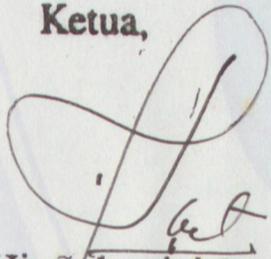
telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

13 Oktober 2003

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar S a r j a n a dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

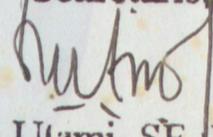
Ketua,



Dra. Hj. Suhartini Sudiak

NIP. 130 368 797

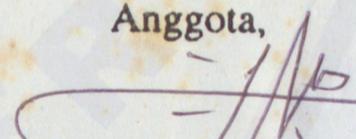
Sekretaris,



Wiji Utami, SE, M.Si

NIP. 132 282 696

Anggota,



Drs. Achmad Ichwan

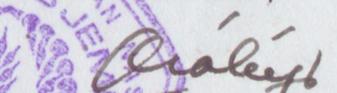
NIP. 130 781 340

Mengetahui/Menyetujui

Universitas Jember

Fakultas Ekonomi

Dekan,



Drs. H. Liakip, SU

NIP. 130 531 976



TANDA PERSETUJUAN

Judul : Analisis Penentuan Jumlah Tenaga Penjual Yang Optimal
Dalam Kaitannya Dengan Volume Penjualan Pada PT.
KHARISMA di Jember

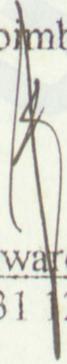
Nama : Robby Chahyadhy

N I M : 990810201300

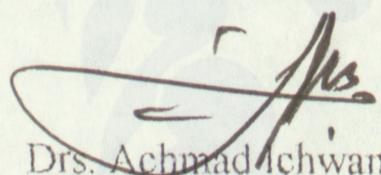
Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

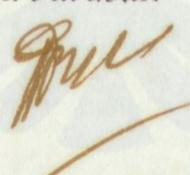
Pembimbing I


Drs. Suwardi, MM
NIP.131 129 286

Pembimbing II


Drs. Achmad Achwan
NIP.130 781 340

Ketua Jurusan


Dra. Diah Yulisetiarni, M.Si
NIP.131 624 474

Tanggal Persetujuan : September 2003

Persembahan

Skripsi ini kupersembahkan untuk

(Alm) Djayadi,

atas doa dan restunya dalam setiap langkahku

Ayahanda Djaimin Ginting dan Ibunda Trisnowati,

atas curahan kasih sayang yang tak pernah pupus

Adik-adikku Popi Purbawati dan Moch. Dimas Ismoyo,

bangunlah masa depanmu dengan semangat dan doa

Keluarga besar Soemantri dan Syabudin,

what a fragrant and joyful big family...

when everything was as fresh as the bright blue sky

Motto

Hal yang paling membanggakan dari diri kita adalah saat dimana semua keinginan dan angan-angan kita dapat terwujud dengan usaha kita sendiri

(R. Chahyadhy)

sebaik-baik manusia adalah orang yang berguna bagi diri sendiri dan orang lain

(R. Chahyadhy)

mempunyai kemauan keras dan tanggung jawab adalah langkah awal menuju kesuksesan dan kebahagiaan yang didambakan

()

waktu itu banyak tapi kesempatan tidak mungkin sekali seumur hidup datangnya

(trisita noVIAnti)

Motto

Hal yang paling membanggakan dari diri kita adalah saat dimana semua keinginan dan angan-angan kita dapat terwujud dengan usaha kita sendiri

(R. Chahyadhy)

sebaik-baik manusia adalah orang yang berguna bagi diri sendiri dan orang lain

(R. Chahyadhy)

mempunyai kemauan keras dan tanggung jawab adalah langkah awal menuju kesuksesan dan kebahagiaan yang didambakan

()

waktu itu banyak tapi kesempatan tidak mungkin sekali seumur hidup datangnya

(trisita noVIAnti)

ABSTRAKSI

Setiap perusahaan yang didirikan pada dasarnya bertujuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu, berupa usaha untuk mencapai keuntungan (*profit taking*). Berdasarkan perumusan masalah dimaksudkan agar perusahaan dalam hal ini UD. KHARISMA mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis dalam memasarkan produknya. Perlu dilakukan analisis mengenai jumlah tenaga penjualannya. Dalam kaitan dengan volume penjualan dan alokasi tenaga penjual pada setiap daerah penjualan.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang menekankan analisisnya pada data angka-angka yang diolah secara statistika. Periode data yang digunakan adalah lima tahun terakhir yaitu tahun 1998 sampai tahun 2002 dimana data tersebut dianalisis antara lain dengan menggunakan metode potensi penjualan, *least Square*, *Geometric Mean*, *Aritmatic Mean* dan program Dinamis.

Dalam penelitian ini untuk mengestimasi volume penjualan, tingkat perputaran tenaga penjual dan tingkat produktifitas serta menentukan jumlah tenaga penjual yang dibutuhkan pada periode yang akan datang dan mengalokasikan tenaga penjual pada masing-masing daerah pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk periode tahun 2003 UD. KHARISMA membutuhkan sebanyak 26 orang tenaga penjual untuk mencapai target yang didasarkan pada ramalan volume penjualan yaitu volume penjualan sebesar Rp. 3.170.206.368,-. Dengan rincian : Daerah penjualan Jember membutuhkan jumlah tenaga penjual sebanyak 10 orang dengan biaya operasional sebanyak Rp. 70.800.000,-. Daerah penjualan Lumajang membutuhkan jumlah tenaga penjual sebanyak 8 orang dengan biaya operasional sebanyak Rp. 95.520.000,-. Daerah penjualan Bondowoso membutuhkan jumlah tenaga penjual sebanyak 8 orang dengan biaya operasional sebanyak Rp.96.800.000,-.

Kata Pengantar

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik dan hidayahnya sehingga skripsi ini yang berjudul **Analisis Penentuan Jumlah Tenaga Penjual Yang Optimal Dalam Kaitannya Dengan Volume Penjualan Pada PT. KHARISMA Di Jember** akhirnya dapat terselesaikan.

Keberhasilan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan serta bimbingan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. H. Liakip, SU, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember
2. Ibu Dra. Diah Yulisetiari, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember, beserta staff pengajar yang telah mendidik dan membimbing penulis selama menuntut ilmu, khususnya pada jurusan manajemen
3. Bapak Drs. Suwardi, MM dan Bapak Drs. Achmad Ichwan selaku Dosen Pembimbing I dan II, atas segala ilmu yang diberikan, kesabaran, waktu dan keikhlasan hati dalam membimbing penulis selama ini
4. Bapak Drs. Budi Nurharjo, Msi, atas segala ilmu dan bimbingan yang diberikan selama menjalani perkuliahan di Fakultas Ekonomi
5. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah banyak membantu selama perkuliahan
6. Bapak Deden Achmad, SP selaku pimpinan beserta karyawan PT. KHARISMA yang telah memberikan kemudahan pada penulis untuk memperoleh informasi dan data yang diperlukan dalam penulisan skripsi
7. (Alm)Djayadi dan kedua orang tuaku (Djaimin Ginting dan Trisnowati) serta kedua adikku (Popi Purbawati dan Mochammad Dimas Ismoyo) tersayang yang selalu siap membantu

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pokok Permasalahan.....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Kegunaan Penelitian.....	3
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Penelitian Sebelumnya.....	4
2.2 Pengertian Pemasaran.....	5
2.3 Pengertian Penjualan.....	6
2.4 Proses Penjualan.....	8
2.5 Arti Penting Tenaga Penjual.....	8
2.5.1 Fungsi tenaga penjual.....	9
2.5.2 Tugas tenaga penjual.....	11
2.6 Peramalan Penjualan.....	12
2.6.1 Jenis-jenis Peramalan.....	12

2.6.2 Metode Peramalan.....	13
2.7 Penentuan Jumlah Tenaga Penjual yang Dibutuhkan	15
2.8 Program Dinamis.....	16

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan penelitian.....	17
3.2 Jenis data	17
3.3 Metode pengumpulan data	18
3.4 Metode analisa data.....	18
3.5 Definisi operasional variabel.....	22
3.6 Kerangka pemecahan masalah	23

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

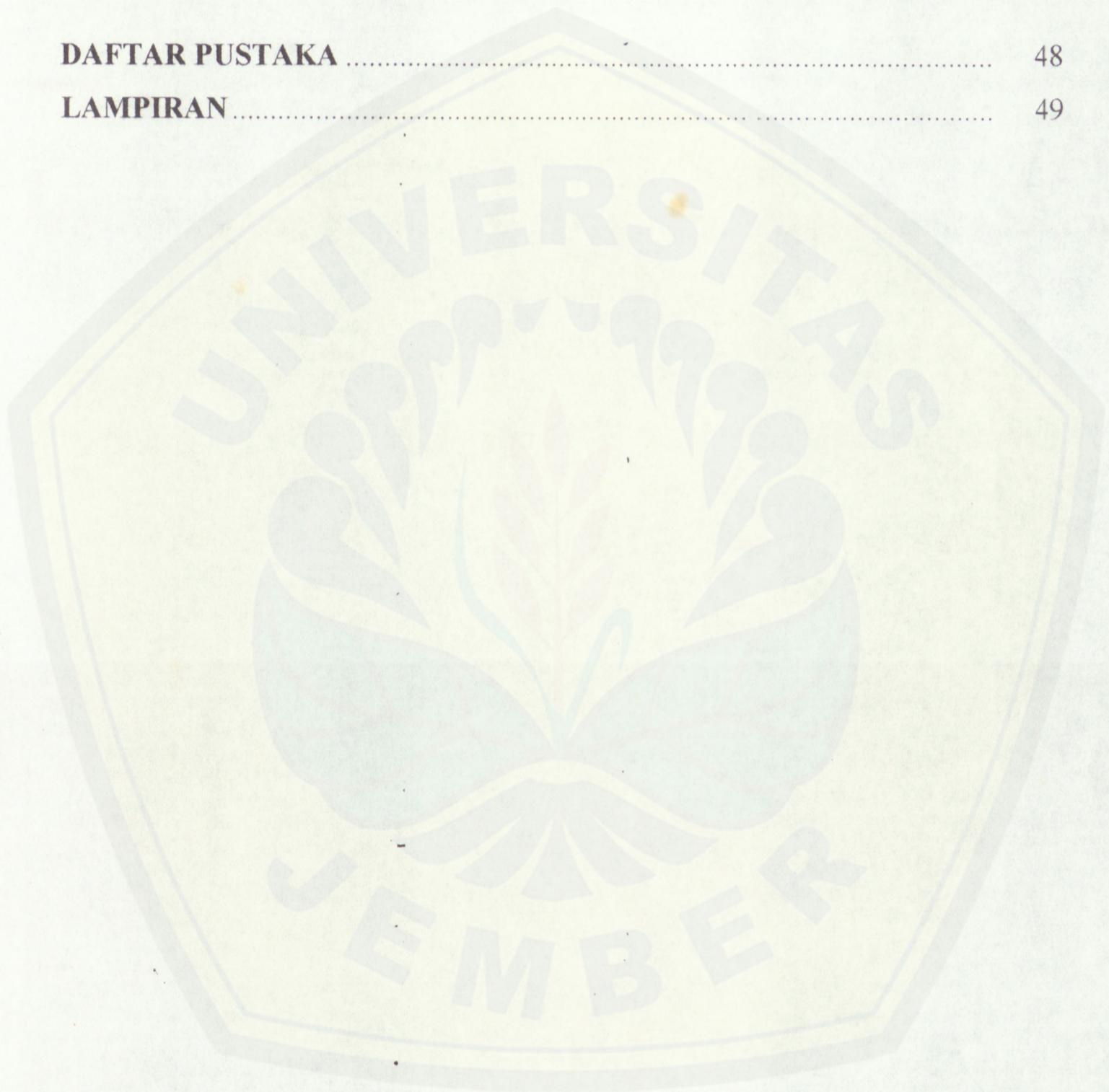
4.1 Gambaran umum perusahaan	25
4.1.1 Sejarah singkat perusahaan.....	25
4.1.2 Struktur organisasi perusahaan.....	28
4.1.3 Personalia perusahaan	29
4.1.4 Jam kerja.....	30
4.1.5 Bidang usaha.....	31
4.1.6 Data volume penjualan.....	31
4.1.7 Data perputaran tenaga penjual	32
4.2 Analisa Data	32
4.2.1 Menentukan jumlah tenaga penjual yang dibutuhkan pada periode yang akan datang	33
4.2.1.1 Estimasi hasil penjualan total pada tahun 3003	33
4.2.1.3 Produktifitas penjualan total untuk tahun 3003.....	34
4.2.1.3 Tingkat perputaran tenaga penjual untuk tahun 3003 ..	35
4.2.1.4 Menentukan jumlah tenaga penjual yang optimal	36
4.2.2 Penentuan aloksi tenaga penjual yang optimal pada setiap daerah penjualan.....	37
4.3 Pembahasan	44

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.3 Kesimpulan.....	46
5.3 Saran.....	47

DAFTAR PUSTAKA	48
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	49
-----------------------	-----------



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data volume penjualan UD. KHARISMA	31
Tabel 2. Data perputaran tenaga penjual UD. KHARISMA	32
Tabel 3. Tingkat produktifitas tenaga penjual UD. KHARISMA.....	34
Tabel 4. Tingkat perputaran tenaga penjual UD. KHARISMA	35
Tabel 5. Alternatif alokasi tenaga penjual untuk daerah penjualan Jember dan Lumajang pada UD. KHARISMA	38
Tabel 6. Alternatif alokasi tenaga penjual untuk daerah penjualan Jember, Lumajang dan bondowoso pada UD. KHARISMA	39
Tabel 7. Kombinasi tenaga penjual dan biaya operasional untuk daerah penjualan Jember dan Lumajang pada UD. KHARISMA	41
Tabel 8. Kombinasi tenaga penjual dan biaya operasional untuk daerah penjualan Jember, Lumajang dan bondowoso pada UD. KHARISMA	43
Tabel 9. Aloksi Jumlah Tenaga Penjual dan Biaya Operasional Untuk Setiap Daerah Penjualan Tahun 2003.....	44

DAFTAR GAMBAR

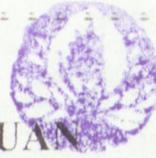
Gambar 1.	Kerangka Pemecahan Masalah	23
Gambar 2.	Struktur Organisasi UD. KHARISMA.....	26



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. 1	Jumlah dan batasan tenaga penjual pada tiap daerah penjualan UD. KHARISMA	49
Lampiran. 2	Biaya operasional tenaga penjual pertahun UD. KHARISMA..	50
Lampiran. 3	Ramalan hasil penjualan UD. KHARISMA tahun 2003	51
Lampiran. 4	Volume penjualan daerah pemasaran Jember	52
Lampiran. 5	Volume penjualan daerah pemasaran Lumajang.....	53
Lampiran. 6	Volume penjualan daerah pemasaran Bondowoso.....	64





I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada umumnya, perusahaan-perusahaan, baik perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa maupun perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi suatu barang, saat ini setelah adanya krisis moneter sudah dapat berjalan lancar meskipun tidak semuanya dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Hampir di segala bidang usaha di Indonesia mengalami peningkatan tingkat keuntungan sebagai akibat dari mulai berhasilnya mereka menyesuaikan diri dengan keadaan setelah krisis ekonomi. Begitu juga dengan masyarakat yang umumnya bisa menyesuaikan diri dengan keadaan setelah krisis ekonomi tersebut, mulai terbiasa dan menyesuaikan diri dengan harga-harga yang mulai meningkat tajam.

Dunia usaha sedang mengalami peningkatan, dan kondisi ini mencakup hampir semua bidang usaha di Indonesia, tidak terkecuali perusahaan yang bergerak dalam bidang distribusi. Menyusul relatif stabilnya harga dolar terhadap rupiah, sehingga harga barang-barang di pasaran relatif stabil dan ini membuat para pengusaha berani menentukan harga barang-barang kebutuhan beserta perlengkapan pendukungnya dengan tujuan untuk membuat agar konsumen khususnya para petani tidak lagi khawatir dengan perubahan harga yang mendadak dan tajam. Peningkatan volume penjualan pun mulai dapat dirasakan oleh hampir semua bidang usaha, tidak terkecuali dengan perusahaan yang bergerak dalam bidang distribusi.

Setiap perusahaan yang didirikan pada dasarnya bertujuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu, berupa usaha untuk mencapai keuntungan (*profit taking*). Untuk mencapai tujuan tersebut maka perusahaan selalu berusaha untuk mendapatkan jalan yang sebaik-baiknya. Semakin besar tingkat keuntungan yang bisa dicapai oleh suatu perusahaan, maka akan menimbulkan perhatian tersendiri bagi perusahaan saingannya. Dalam kondisi yang demikian perusahaan bila ingin mempertahankan keuntungan yang telah dicapainya, perlu meningkatkan efisiensi dalam pengeluaran biaya operasinya.

Dalam usaha untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan oleh perusahaan, tugas pengusaha bukan hanya memproduksi dan memasarkan barangnya saja, tetapi juga harus menentukan *personal selling* yang dipakai dalam program pemasaran barang agar tercapai volume penjualan yang diharapkan.

Peningkatan volume penjualan ini dapat dilihat sebagai peluang oleh perusahaan untuk dapat dimanfaatkan sebaik dan seoptimal mungkin guna meraup keuntungan yang diharapkan. Proyeksi peningkatan volume penjualan akan membutuhkan sumberdaya yang cukup serta proporsional untuk mendukung tercapainya volume penjualan yang diharapkan tersebut. Dengan melihat proyeksi volume penjualan yang akan terjadi dimasa yang akan datang, dapat dilakukan penarikan sejumlah karyawan tenaga penjualan yang optimal sesuai dengan proyeksi volume penjualan di masa yang akan datang.

1.2. Pokok Permasalahan

UD. KHARISMA adalah perusahaan swasta yang bergerak di bidang penjualan dan distribusi benih dan obat-obatan pertanian antara lain : Pestisida, Herbisida, Fungisida seperti : Decis, Ponstan, Apploud, Fastac, Exosed, Akrobat, Cobox, Delsene, Rounap, Agrozone dan lain-lain

Dari observasi awal yang telah dilakukan, selama ini perusahaan hanya menggunakan tenaga penjualan yang ada tanpa memperhatikan jumlah tenaga penjualan yang optimal dimana dengan jumlah tersebut dapat mengurangi beban perusahaan dengan tanpa memberikan pengaruh apapun terhadap keuntungan yang diperoleh perusahaan. Juga bagaimana alokasi jumlah tenaga penjual pada setiap daerah penjualannya untuk periode yang akan datang berkaitan dengan prediksi volume penjualan yang ditargetkan pada periode tersebut.

Sehubungan dengan hal tersebut dimaksudkan agar perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis dalam memasarkan produknya. Perlu dilakukan analisis mengenai jumlah tenaga penjualannya. Dalam kaitan dengan volume penjualan dan prediksi penjualan pada masa yang akan datang.