

PERANAN BIAYA DISTRIBUSI DAN BIAYA *PERSONAL SELLING* TERHADAP PENJUALAN PADA TOKO ERA KERAMIKA PEMATANGSIANTAR

Oleh :
Edy Salim
S1 Manajemen
Darwin Lie, Marisi Butarbutar, Julyanthry

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengkaji dan menganalisis 1. Gambaran biaya distribusi dan biaya *personal selling*, dan penjualan pada Toko Era Keramik Pematangsiantar. 2. Peranan biaya distribusi dan biaya *personal selling* terhadap penjualan pada Toko Era Keramik Pematangsiantar baik secara simultan maupun parsial.

Berdasarkan hasil analisis melalui rumus *trend* untuk 1. Biaya distribusi, maka dapat diartikan bahwa biaya distribusi berbanding positif terhadap penjualan, dimana ketika X dinaikkan satu-satuan diramalkan meningkatkan penjualan. *Trend* untuk 2. Biaya *personal selling*, maka dapat diartikan bahwa biaya *personal selling* berbanding positif terhadap penjualan, dimana ketika X dinaikkan satu-satuan diramalkan meningkatkan penjualan. *Trend* untuk 3. Penjualan, maka dapat diartikan bahwa penjualan mengalami kenaikan setiap bulan sebesar 197.368,42. Berdasarkan hasil analisis dan evaluasi biaya distribusi dan biaya *personal selling* berperan dalam meningkatkan penjualan pada Toko Era Keramik Pematangsiantar.

Kata Kunci: Biaya Distribusi, Biaya *Personal Selling*, dan Penjualan

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine and analyze 1. The Description of distribution costs, personal selling costs, and sales at Keramik Pematangsiantar Era Store. 2. The role of distribution cost and personal selling costs on sales the Pematangsiantar Era Keramik Store both simultaneously and partially.

Based on the results of the analysis through the trend formula for 1. Distribution cost, it can be interpreted that the distribution cost are interpreted that the distribution costs are positively proportional to sales, where when X is raised one unit is predicted to increase sales. The trend for 2. Personal selling costs, it means that the costs of personal selling is positively proportional to sales, where when X is raised one unit is predicted to increase sales. 3. Sales trend, it means that sales experience a monthly increase of 197.368,42. Based on the results of the analysis and evaluation of distribution cost and personal selling cost, it has a role in increasing sales at Keramik Pematangsiantar Era Store.

Keyword: *Distribution Cost, Personal Selling Cost, and Sales*

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Toko Era Keramik Pematangsiantar adalah distributor resmi yang menjual segala jenis bahan-bahan bangunan untuk daerah Pematang-siantar. Aktivitas sehari-hari Toko Era Keramik Pematangsiantar berfokus pada penjualan produk keramik dan bahan bangunan lainnya, tetapi lebih fokus untuk penjualan keramik. Sebagai distributor resmi yang ingin mendapatkan laba yang sebesar-besarnya Toko Era Keramik Pematang-siantar tentunya memiliki strategi pemasaran.

Strategi pemasaran pada suatu perusahaan memiliki peranan yang sangat penting untuk menentukan pangsa pasar dan memperoleh laba atau keuntungan. Strategi pemasaran yang baik akan berpengaruh pada minat pembelian konsumen pada barang atau jasa tersebut sehingga penjualan perusahaan meningkat. Penjualan merupakan hal yang

penting untuk semua jenis usaha. Untuk itu setiap kegiatan usaha terus berupaya untuk meningkatkan penjualannya.

Penjualan keramik yang paling banyak peminat adalah keramik merek garuda, karena dari segi harga keramik garuda lebih terjangkau dan banyak variasi pilihan motif dari keramik tersebut. Adapun data realisasi penjualan keramik merek garuda pada Toko Era Keramik Pematangsiantar relatif dari bulan Januari 2017 – Juni 2018 yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data Realisasi Penjualan Keramik Merek
Garuda
(Periode : Januari 2017 – Juni 2018)

Periode	Bulan	Produk Terjual	Harga Produk	Penjualan
Semester I Tahun 2017	Jan	1300	Rp 50,000	Rp 65,000,000
	Feb	1250	Rp 50,000	Rp 62,500,000
	Mar	1400	Rp 50,000	Rp 70,000,000
	Apr	1550	Rp 50,000	Rp 77,500,000
	Mei	1200	Rp 50,000	Rp 60,000,000
	Juni	1350	Rp 50,000	Rp 67,500,000
Semester II Tahun 2017	Juli	1500	Rp 50,000	Rp 75,000,000
	Aug	1200	Rp 50,000	Rp 60,000,000
	Sept	1300	Rp 50,000	Rp 65,000,000
	Okt	1450	Rp 50,000	Rp 72,500,000
	Nov	1500	Rp 50,000	Rp 75,000,000
	Des	1750	Rp 50,000	Rp 87,500,000
Semester I Tahun 2018	Jan	1450	Rp 50,000	Rp 72,500,000
	Feb	1300	Rp 50,000	Rp 65,000,000
	Mar	1250	Rp 50,000	Rp 62,500,000
	Apr	1400	Rp 50,000	Rp 70,000,000
	Mei	1550	Rp 50,000	Rp 77,500,000
	Juni	1450	Rp 50,000	Rp 72,500,000
RATA-RATA PRODUK TERJUAL		1397	TOTAL PENJUALAN	Rp 1,257,500,000

Sumber : Toko Era Keramik Pematangsiantar (2017-2018)

Dari tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa penjualan keramik merek garuda di Toko Era Keramik Pematangsiantar mengalami perubahan tingkat penjualan baik kenaikan maupun penurunan penjualan yang disebabkan oleh beberapa faktor. Dapat dilihat penurunan penjualan terjadi pada bulan Mei dan Agustus 2017 sebesar 1200 box dan penjualan hanya Rp. 60.000.000,- karena stok barang di gudang kosong dan banyak yang mengalami kerusakan. Sementara di bulan Desember 2017 terjadi peningkatan penjualan sebesar 1750 box dan penjualan sebesar Rp. 87.500.000,- yang disebabkan karena permintaan konsumen meningkat, mengingat menjelang hari raya natal dan tahun baru.

Kegiatan distribusi adalah penghubung antara kegiatan produksi dengan kegiatan konsumsi. Untuk menunjang penjualan, fungsi utama kegiatan distribusi menurut Saladin (2004:153), yaitu sebagai berikut: informasi, promosi, negosiasi, pesanan, pendanaan,

pengembangan resiko, kepemilikan fisik, pembayaran, hak milik.

Dalam pengelolaan Toko Era Keramik Pematangsiantar juga membatasi biaya distribusi yang minimum. Biaya distribusi yang paling tinggi terjadi pada biaya langsung penjualan dan biaya transportasi. Biaya langsung penjualan yang meliputi gaji karyawan, insentif, dan tunjangan karyawan. Biaya transportasi yang paling tinggi adalah dalam *service* transportasi dan pemeliharaan transportasi setiap bulannya, sehingga biaya distribusi yang dikeluarkan cukup besar setiap bulannya.

Untuk meningkatkan penjualannya Toko Era Keramik Pematang-siantar juga melakukan penjualan dengan kegiatan *personal selling*. Peran *personal selling* terhadap penjualan menurut Saladin (2007:139), mengemukakan bahwa penjualan tatap muka (*personal selling*) adalah "presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan menciptakan penjualan".

Sama seperti hal di atas biaya *personal selling* juga dibatasi dengan batas minimum sesuai dengan kebutuhan pengelolaan. Biaya *personal selling* yang dikeluarkan cukup besar, biaya kompensasi karyawan dan imbalan menjadi biaya yang paling tinggi setiap bulannya, biaya kompensasi dan imbalan yang terdiri dari uang harian karyawan, gaji pokok karyawan, dan bonus target yang sudah ditentukan sesuai dengan pencapaian target setiap karyawan dalam meningkatkan penjualan. Dan adapun faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Kotler (2002:55), antara lain: harga jual, produk (barang atau jasa) yang ditawarkan, promosi yang dirancang, saluran distribusi dan mutu.

Agar dapat meningkatkan penjualan, perusahaan harus menge-tahui peranan biaya distribusi dan biaya *personal selling* terhadap penjualan pada Toko Era Keramik Pematangsiantar. Maka diharapkan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat terealisasi dengan efisien dan ditambah dengan kegiatan *personal selling* yang efektif dalam memperluas dan mempertahankan pasar untuk meningkatkan target penjualan.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran Biaya Distribusi, Biaya *Personal Selling* dan Penjualan pada Toko Era Keramik Pematang siantar.
2. Bagaimana peranan Biaya Distribusi, Biaya *Personal Selling* dan Penjualan pada Toko Era Keramik Pematangsiantar.

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui gambaran Biaya Distribusi, Biaya *Personal Selling* dan

Penjualan pada Toko Era Keramika Pematangsiantar.

2. Untuk mengetahui peranan Biaya Distribusi, Biaya *Personal Selling* dan Penjualan pada Toko Era Keramika Pematangsiantar.

1.4. Metode Penelitian

Adapun desain penelitian yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*library research*) dan penelitian lapangan (*Field Research*). Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara dan metode dokumentasi.

2. LANDASAN TEORI

2.1. Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Kevin (2009:5), manajemen pemasaran adalah “seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul”.

Berbeda dengan menurut Saladin (2007:3), manajemen pemasaran adalah “analisis, perencanaan, penerapan dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi”.

Adapun definisi pemasaran menurut Tjiptono (2008:5), pemasaran adalah “suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain”.

2.2. Biaya Distribusi

Biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan atau revenue yang akan dipakai sebagai pengurang penghasilan.

Menurut Mulyadi (2005:488), biaya distribusi adalah “biaya untuk memenuhi pesanan (*order - filling cost*) dimana semua biaya yang di-keluarkan untuk mengusahakan agar produk sampai ke tangan pembeli dan biaya-biaya yang mengumpulkan uang dari pembeli”. Adapun definisi biaya distribusi menurut Saladin (2002:107), adalah “jumlah total saluran distribusi yang meliputi semua kegiatan yang berhubungan dengan usaha menyampaikan barang-barang produksi ke suatu perusahaan dari produksi kepada para pembeli atau calon pembeli”. Sedangkan biaya distribusi menurut Ardiyos (2000:33), adalah “biaya yang terjadi guna memasarkan atau mengirimkan suatu produk, biaya yang dapat digolongkan ke dalam *distribution cost* adalah

biaya untuk fasilitas pergudangan, pengangkutan, pengepakan, pengemasan untuk memasukkan ke petikemas”.

2.3. Biaya *Personal Selling*

Menurut Swastha (2000:44), jenis biaya kegiatan *personal selling* terdiri dari:

1. *Straight Commision*
Straight Commision atau biasa disebut insentif 100 % ini merupakan suatu rencana kompensasi yang menggambarkan sejumlah komisi sebagai penghasilan sesuai variasi volume penjualannya yang biasanya ditentukan berdasarkan suatu persentase harga jual.
2. *Stright Salary*
Stright Salary ini merupakan sistem pembayaran gaji yang semakin sederhana dan umumnya diwujudkan dalam bentuk sejumlah uang yang dibayarkan secara tetap untuk suatu periode (harian, mingguan, atau bulanan)
3. Gaji Plus Komisi
Dalam metode ini *salesman* akan memperoleh gaji tetap untuk suatu periode ditambah sejumlah komisi sesuai dengan volume penjualan yang terjual.
4. Gaji Plus Bonus
Dalam hal ini bonus diartikan sebagai jumlah pembayaran yang ditentukan berdasarkan profitabilitas perusahaan atau jumlah seluruh penjualan. Perusahaan akan memberikan bonus kepada *salesman* menurut persentase tertentu di samping memperoleh gaji jika perusahaan berhasil memperoleh laba yang besar melebihi target.
5. Gaji Plus Bonus Plus Komisi
Metode ini merupakan kombinasi antara metode ketiga dan keempat jadi selain gaji dan komisi, *salesman* masih mendapatkan bonus.

Adapun penggolongan jenis-jenis biaya *personal selling* menurut Gunawan (2006:65), adalah sebagai berikut:

1. Kompensasi dan imbalan *salesman*
 - 1) Uang harian
Uang harian meliputi ongkos transportasi dan uang makan tiap hari yang diberikan untuk *salesman* dalam menjalankan kegiatan *personal selling*. Kompensasi ini diberikan untuk *salesman* tiap hari, minggu, atau bulan.
 - 2) Gaji Pokok
Gaji pokok adalah gaji yang tetap yang diterima oleh *salesman* tiap bulannya.
 - 3) Komisi (per-unit)
Komisi adalah uang yang diterima oleh *salesman* jika *salesman* sudah mampu menjual barang per unit
 - 4) Bonus Target
Bonus target bonus yang diberikan untuk para *salesman* jika mampu

menjual pada target yang ditentukan oleh manajemen.

2. Biaya sewa tempat outlet
Outlet digunakan sebagai sarana promosi perusahaan. Melalui pameran outlet, *salesman* diharapkan mampu menganalisa kebutuhan calon konsumen terlebih dahulu sebelum melakukan kunjungan kembali.

Sedangkan menurut Supriyono (2011:23), biaya dapat dikelompokkan menjadi:

1. Biaya Relevan (*Relevant Cost*)

Biaya relevan merupakan biaya yang terjadi pada suatu alternatif tindakan tertentu, tetapi terjadi pada alternatif tindakan lain. Biaya relevan akan mempengaruhi pengambilan keputusan, oleh karena itu biaya relevan harus dipertimbangkan dalam pembuatan keputusan.

2. Biaya Tidak Relevan (*Irrelevant Cost*)

Biaya tidak relevan merupakan biaya yang tidak berbeda diantara alternatif yang ada. *Irrelevant cost* tidak mempengaruhi pengambilan keputusan dan akan tetap sama jumlahnya tanpa memperhatikan alternatif yang dipilih. Oleh karena itu biaya tidak relevan tidak harus dipertimbangkan dalam pembuatan keputusan.

2.4. Kepuasan Konsumen

Menurut Simamora (2000:24), mengemukakan penjualan adalah “pendapatan lazim dalam perusahaan dan merupakan jumlah kotor yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dan jasa”. Dan adapun definisi menurut Swastha (2005:55), penjualan adalah “transaksi jual beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa yang pada prinsipnya melibatkan dua pihak yaitu penjual dan pembeli”. Sedangkan pengertian penjualan menurut Kotler (2006:457), penjualan merupakan “suatu proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjual di penuhi melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan”.

2.5. Peranan Biaya Distribusi dan Biaya *Personal Selling* Terhadap Penjualan Secara Simultan

Kegiatan pemasaran merupakan salah satu hal yang penting disamping kegiatan-kegiatan lain didalam suatu perusahaan. Hal tersebut dikarenakan didalam kegiatan pemasaran ini diketahui berhasil tidaknya suatu perusahaan didalam penjualan produk yang dipasarkan perusahaan. Kegiatan distribusi sebagai salah satu kegiatan pemasaran, memegang peranan penting dalam fungsi penyebaran jaringan untuk memasarkan produk dengan cepat dan tepat, salah satu kegiatan yang dapat digunakan adalah dengan cara *personal selling* dan memperluas jaringan

saluran distribusi agar dapat sampai ke tangan konsumen.

Biaya distribusi memiliki dimensi antara lain: biaya langsung penjualan, biaya transportasi, biaya pergudangan dan penyimpanan, dan biaya distribusi umum dan biaya *personal selling* memiliki dimensi kompensasi dan imbalan yang terdiri dari: uang harian, gaji pokok, dan bonus target yang memiliki peranan dalam meningkatkan penjualan, seperti yang dikemukakan oleh Keegan (2002) & Gunawan (2000). Perusahaan dalam mendistribusikan produknya mengeluarkan biaya distribusi yaitu biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut untuk mendistribusikan produknya dan *personal selling* adalah cara untuk memasarkan produknya. Efisiensi biaya yang dikeluarkan perusahaan akan mengurangi pengeluaran dan dapat meningkatkan penjualan.

3. PEMBAHASAN

3.1. Analisis

3.1.1. Gambaran Kegiatan dan Biaya Distribusi

Adapun biaya langsung penjualan yang dimaksud adalah gaji karyawan, insentif, dan tunjangan. Biaya transportasi adalah biaya pengakutan barang sampai ke tangan konsumen termasuk juga biaya untuk mengelola dan memelihara fasilitas transportasi, seperti minyak (BBM), *service* transportasi, dan pemeliharaan transportasi. Biaya pergudangan dan penyimpanan adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk pergudangan dan penyimpanan barang, seperti sewa gudang dan pemeliharaan gudang. Biaya distribusi umum adalah semua biaya lain yang berhubungan dengan fungsi distribusi di bawah manajemen penjualan, seperti operasional distribusi dan biaya tidak terduga.

Berdasarkan penelitian kegiatan distribusi yang dilakukan Toko Era Keramik Pematangsiantar untuk menjalankan usahanya mengeluarkan biaya distribusi yang dibutuhkan untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan yaitu untuk meningkatkan penjualan pada toko. Adapun data biaya distribusi dalam memasarkan produk keramik garuda yang dikeluarkan oleh Toko Era Keramik Pematangsiantar dari bulan Januari 2017 s/d Juni 2018 yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1.
Biaya Distribusi untuk Keramik Garuda
(Periode : Januari 2017 – Juni 2018)

Periode	Bulan	Biaya Distribusi
Semester I Tahun 2017	Jan	Rp 6,250,000
	Feb	Rp 6,000,000
	Mar	Rp 6,500,000
	Apr	Rp 7,250,000
	Mei	Rp 5,500,000
	Juni	Rp 6,600,000
Semester II Tahun 2017	Juli	Rp 7,500,000
	Aug	Rp 5,500,000
	Sept	Rp 6,250,000
	Okt	Rp 6,100,000
	Nov	Rp 7,500,000
	Des	Rp 8,550,000
Semester I Tahun 2018	Jan	Rp 6,100,000
	Feb	Rp 6,250,000
	Mar	Rp 6,000,000
	Apr	Rp 6,500,000
	Mei	Rp 7,250,000
	Juni	Rp 6,100,000

Sumber : Toko Era Keramik Pematangsiantar (2017-2018)

Dari data di atas dapat dihitung besarnya persentase perkembangan biaya distribusi pada penjualan keramik garuda Toko Era Keramik Pematangsiantar didasarkan dengan rata-rata biaya distribusi dari bulan Januari 2017 – Juni 2018 sebesar Rp. 6.538.889,- yaitu sebagai berikut:

1. Januari 2017

$$= \frac{6.250.000}{6.538.889} \times 100 = 95.58\%$$
2. Februari 2017

$$= \frac{6.000.000}{6.538.889} \times 100 = 91.76\%$$
3. Maret 2017

$$= \frac{6.500.000}{6.538.889} \times 100 = 99.41\%$$
4. April 2017

$$= \frac{7.250.000}{6.538.889} \times 100 = 110.88\%$$
5. Mei 2017

$$= \frac{5.500.000}{6.538.889} \times 100 = 84.11\%$$
6. Juni 2017

$$= \frac{6.600.000}{6.538.889} \times 100 = 100.93\%$$

7. Juli 2017

$$= \frac{7.500.000}{6.538.889} \times 100 = 114.70\%$$
8. Agustus 2017

$$= \frac{5.500.000}{6.538.889} \times 100 = 84.11\%$$
9. September 2017

$$= \frac{6.250.000}{6.538.889} \times 100 = 100.93\%$$
10. Oktober 2017

$$= \frac{6.100.000}{6.538.889} \times 100 = 114.70\%$$
11. November

$$= \frac{7.500.000}{6.538.889} \times 100 = 114.70\%$$
12. Desember 2017

$$= \frac{8.550.000}{6.538.889} \times 100 = 130.76\%$$
13. Januari 2018

$$= \frac{6.100.000}{6.538.889} \times 100 = 93.29\%$$
14. Februari 2018

$$= \frac{6.250.000}{6.538.889} \times 100 = 95.58\%$$
15. Maret 2018

$$= \frac{6.000.000}{6.538.889} \times 100 = 91.76\%$$
16. April 2018

$$= \frac{6.500.000}{6.538.889} \times 100 = 99.41\%$$
17. Mei 2018

$$= \frac{7.250.000}{6.538.889} \times 100 = 110.88\%$$
18. Juni 2018

$$= \frac{6.100.000}{6.538.889} \times 100 = 93.29\%$$

Berdasarkan data dan hitungan besar persentase perkembangan biaya distribusi di atas, maka dapat dilihat bahwa biaya distribusi pada penjualan keramik garuda Toko Era Keramik Pematangsiantar mengalami peningkatan dan penurunan. Data menunjukkan bahwa pada bulan Januari 2017 Toko Era Keramik Pematangsiantar menggunakan biaya distribusi sebesar Rp. 6.250.000,- dengan tingkat persentase yakni 95.58%. Pada bulan Februari 2017 biaya yang dikeluarkan mengalami penurunan menjadi Rp. 6.000.000,- dengan tingkat persentase yakni 91.76% hal ini disebabkan karena banyaknya hari libur menjelang hari raya imlek.

Pada bulan Maret 2017 biaya yang dikeluarkan mengalami peningkatan menjadi Rp. 6.500.000,- dengan tingkat persentase yakni 99.41% hal ini disebabkan karena biaya transportasi ke luar kota meningkat. Pada bulan April 2017 biaya yang dikeluarkan juga mengalami peningkatan menjadi Rp. 7.250.000,- dengan tingkat persentase yakni 110.88% hal ini disebabkan karena pembayaran retribusi di setiap kota bertambah.

Pada bulan Mei 2017 biaya yang dikeluarkan mengalami penurunan menjadi Rp. 5.500.000,- dengan tingkat persentase yakni 84.11% hal ini disebabkan karena sedikitnya orderan ke luar kota sehingga pengantaran tidak banyak. Pada bulan Juni 2017 biaya yang dikeluarkan mengalami peningkatan menjadi Rp. 6.600.000,- dengan tingkat persentase yakni 100.93% hal ini disebabkan karena banyaknya kendaraan yang rusak sehingga dilakukan *service* dan pemeliharaan transportasi.

Pada bulan Juli 2017 biaya yang dikeluarkan mengalami peningkatan menjadi Rp. 7.500.000,- dengan tingkat persentase yakni 114.70% hal ini disebabkan karena adanya pemberian insentif untuk karyawan / *sales* yang mencapai target. Pada bulan Agustus 2017 biaya yang dikeluarkan mengalami penurunan menjadi Rp. 5.500.000,- dengan tingkat persentase yakni 84.11% hal ini disebabkan karena lebih banyak orderan dalam kota sehingga tidak mengeluarkan biaya banyak dalam pengantaran orderan.

Pada bulan September 2017 biaya yang dikeluarkan mengalami peningkatan menjadi Rp. 6.250.000,- dengan tingkat persentase yakni 95.58% hal ini disebabkan karena stok barang di gudang penyimpanan sudah terlalu banyak sehingga dilakukan sewa gudang untuk menyimpan sebagian stok barang. Pada bulan Oktober 2017 biaya yang dikeluarkan mengalami penurunan menjadi Rp. 6.100.000,- dengan tingkat persentase yakni 93.29% hal ini disebabkan karena sedikitnya orderan ke luar kota.

Pada bulan November 2017 biaya yang dikeluarkan mengalami peningkatan menjadi Rp. 7.500.000,- dengan tingkat persentase yakni 114.70% hal ini disebabkan karena pembayaran retribusi di setiap kota meningkat dan biaya transportasi ke luar kota juga meningkat. Pada bulan Desember 2017 biaya yang dikeluarkan mengalami peningkatan drastis menjadi Rp. 8.550.000,- dengan tingkat persentase yakni 130.76% hal ini disebabkan karena banyaknya pengantaran ke luar kota dan orderan menjelang hari raya natal dan tahun baru.

Pada bulan Januari 2018 biaya yang dikeluarkan mengalami penurunan menjadi Rp. 6.100.000,- dengan tingkat persentase yakni 93.29% hal ini disebabkan karena banyaknya

orderan dalam kota sehingga tidak mengeluarkan biaya banyak dalam proses pengantarannya. Pada bulan Februari 2018 biaya yang dikeluarkan mengalami peningkatan menjadi Rp. 6.250.000,- dengan tingkat persentase yakni 95.58% hal ini disebabkan karena banyaknya pengantaran ke luar kota dan orderan menjelang hari raya imlek.

Pada bulan Maret 2018 biaya yang dikeluarkan mengalami penurunan menjadi Rp.6.000.000,- dengan tingkat persentase yakni 91.76% hal ini disebabkan karena sedikitnya orderan ke luar kota. Pada bulan April 2018 biaya yang dikeluarkan mengalami peningkatan menjadi Rp. 6.500.000,- dengan tingkat persentase yakni 99.41% hal ini disebabkan karena dilakukan *service* dan pemeliharaan transportasi.

Pada bulan Mei 2018 biaya yang dikeluarkan mengalami peningkatan menjadi Rp. 7.250.000,- dengan tingkat persentase yakni 110.88% hal ini disebabkan karena adanya pemberian insentif untuk karyawan / *sales* yang mencapai target. Pada bulan Juni 2018 biaya yang dikeluarkan mengalami penurunan menjadi Rp. 6.100.000,- dengan tingkat persentase yakni 93.29% hal ini disebabkan karena banyaknya hari libur menjelang hari raya idul fitri.

3.1.2. Gambaran Kegiatan dan Biaya *Personal Selling*

Biaya *personal selling* adalah setiap pengorbanan yang diukur dengan satuan uang yang ditujukan untuk pelaksanaan aktivitas mempengaruhi para pembeli agar mau membeli produk yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai secara efektif dan efisien. Penggolongan jenis-jenis biaya *personal selling* adalah kompensasi dan imbalasan *salesman* meliputi uang harian, gaji pokok, dan bonus target. Uang harian yang dimaksud meliputi ongkos transportasi dan uang makan tiap hari yang diberikan untuk *salesman* dalam menjalankan kegiatan *personal selling*. Kompensasi ini diberikan untuk *salesman* tiap hari, minggu, atau bulan. Gaji pokok merupakan gaji tetap yang di terima karyawan tiap bulannya. Bonus target yang diberikan untuk para *salesman* jika mampu menjual pada target yang ditentukan oleh manajemen.

Biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut merupakan sebagai tanggungjawab perusahaan dan hak-hak karyawan agar mendorong karyawan tetap semangat dalam bekerja juga menciptakan kualitas produk yang bermutu sehingga dapat meningkatkan penjualan. Adapun data biaya *personal selling* dalam memasarkan produk keramik garudayang dibutuhkan Toko Era Keramika Pematangsiantar yaitu sebagaiberikut :

Tabel 3.2.
Biaya Personal Selling untuk Keramik Garuda
(Periode : Januari 2017 – Juni 2018)

Periode	Bulan	Biaya Personal Selling
Semester I Tahun 2017	Jan	Rp 18,520,000
	Feb	Rp 18,022,000
	Mar	Rp 18,950,000
	Apr	Rp 19,254,000
	Mei	Rp 17,550,200
	Juni	Rp 18,650,000
Semester II Tahun 2017	Juli	Rp 19,020,500
	Aug	Rp 17,550,200
	Sept	Rp 18,520,000
	Okt	Rp 18,120,000
	Nov	Rp 19,020,500
	Des	Rp 25,010,255
Semester I Tahun 2018	Jan	Rp 18,120,000
	Feb	Rp 18,520,000
	Mar	Rp 18,022,000
	Apr	Rp 18,950,000
	Mei	Rp 19,254,000
	Juni	Rp 18,120,000

Sumber : Toko Era Keramik Pematangsiantar (2017-2018)

Berdasarkan data di atas, maka dapat dihitung besarnya volume perkembangan biaya *personal selling* pada Toko Era Keramik Pematangsiantar didasarkan dengan rata-rata biaya *personal selling* dari bulan Januari 2017 – Juni 2018 sebesar Rp. 18.842.981,- dengan metode angka indeks sebagai berikut:

1. Januari 2017

$$= \frac{18.520.000}{18.842.981} \times 100\% = 98.29\%$$
2. Februari 2017

$$= \frac{18.022.000}{18.842.981} \times 100\% = 95.64\%$$
3. Maret 2017

$$= \frac{18.950.000}{18.842.981} \times 100\% = 100.57\%$$
4. April 2017

$$= \frac{19.254.000}{18.842.981} \times 100\% = 102.18\%$$
5. Mei 2017

$$= \frac{17.550.000}{18.842.981} \times 100\% = 93.14\%$$

6. Juni 2017

$$= \frac{18.650.000}{18.842.981} \times 100\% = 98.98\%$$
7. Juli 2017

$$= \frac{19.020.500}{18.842.981} \times 100\% = 10.94\%$$
8. Agustus 2017

$$= \frac{17.550.200}{18.842.981} \times 100\% = 93.14\%$$
9. September 2017

$$= \frac{18.520.000}{18.842.981} \times 100\% = 98.29\%$$
10. Oktober 2017

$$= \frac{18.120.000}{18.842.981} \times 100\% = 96.16\%$$
11. November 2017

$$= \frac{19.020.500}{18.842.981} \times 100\% = 100.94\%$$
12. Desember 2017

$$= \frac{25.010.255}{18.842.981} \times 100\% = 132.73\%$$
13. Januari 2018

$$= \frac{18.120.000}{18.842.981} \times 100\% = 96.16\%$$
14. Februari 2018

$$= \frac{18.520.000}{18.842.981} \times 100\% = 98.29\%$$
15. Maret 2018

$$= \frac{18.022.000}{18.842.981} \times 100\% = 95.64\%$$
16. April 2018

$$= \frac{18.950.000}{18.842.981} \times 100\% = 100.57\%$$
17. Mei 2018

$$= \frac{19.254.000}{18.842.981} \times 100\% = 102.18\%$$
18. Juni 2018

$$= \frac{18.120.000}{18.842.981} \times 100\% = 96.16\%$$

Berdasarkan data dan hitungan besar persentase perkembangan biaya *personal selling* di atas, maka dapat dilihat bahwa biaya *personal selling* pada penjualan keramik garuda Toko Era Keramik Pematangsiantar mengalami peningkatan dan penurunan. Data menunjukkan bahwa pada bulan Januari 2017 Toko Era Keramik Pematangsiantar menggunakan biaya *personal selling* sebesar Rp. 18.520.000,- dengan tingkat persentase yakni 98.29%. Pada bulan Februari 2017 biaya

yang dikeluarkan mengalami penurunan menjadi Rp. 18.022.000,- dengan tingkat persentase yakni 95.64% hal ini disebabkan karena banyaknya hari libur menjelang hari raya imlek sehingga tidak banyak mengeluarkan biaya untuk karyawan dan *sales*.

Pada bulan Maret 2017 biaya yang dikeluarkan mengalami peningkatan menjadi Rp. 18.950.000,- dengan tingkat persentase yakni 100.57% hal ini disebabkan uang harian bertambah karena banyaknya *sales* yang keluar kota. Pada bulan April 2017 biaya yang dikeluarkan juga mengalami peningkatan menjadi Rp. 19.254.000 dengan tingkat persentase yakni 102.18% hal ini disebabkan karena adanya pembayaran bonus target karyawan / *sales* yang mencapai target.

Pada bulan Mei 2017 biaya yang dikeluarkan mengalami penurunan menjadi Rp. 17.550.200,- dengan tingkat persentase yakni 93.14% hal ini disebabkan karena sedikitnya orderan ke luar kota sehingga uang harian yang dikeluarkan untuk karyawan tidak banyak. Pada bulan Juni 2017 biaya yang dikeluarkan mengalami peningkatan menjadi Rp. 18.650.000,- dengan tingkat persentase yakni 98.98% hal ini disebabkan karena adanya pembayaran bonus target untuk karyawan / *sales* yang mencapai target.

Pada bulan Juli 2017 biaya yang dikeluarkan mengalami peningkatan menjadi Rp. 19.020.500,- dengan tingkat persentase yakni 100.94% hal ini disebabkan karena adanya uang harian tambahan untuk karyawan / *sales* dalam proses pengantaran orderan ke luar kota. Pada bulan Agustus 2017 biaya yang dikeluarkan mengalami penurunan menjadi Rp. 17.550.200,- dengan tingkat persentase yakni 93.14% hal ini disebabkan karena lebih banyak orderan dalam kota sehingga tidak mengeluarkan banyak biaya dalam proses pengantarannya.

Pada bulan September 2017 biaya yang dikeluarkan mengalami peningkatan menjadi Rp. 18.520.000,- dengan tingkat persentase yakni 98.29% hal ini disebabkan karena adanya penambahan uang harian untuk karyawan / *sales* yang ke luar kota. Pada bulan Oktober 2017 biaya yang dikeluarkan mengalami penurunan menjadi Rp. 18.120.000,- dengan tingkat persentase yakni 96.16% hal ini disebabkan karena sedikitnya orderan ke luar kota sehingga uang harian yang dikeluarkan untuk karyawan / *sales* tidak banyak.

Pada bulan November 2017 biaya yang dikeluarkan mengalami peningkatan menjadi Rp. 19.020.500,- dengan tingkat persentase yakni 100.94% hal ini disebabkan karena adanya pembayaran bonus target untuk karyawan / *sales* yang mencapai target. Pada bulan Desember 2017 biaya yang dikeluarkan mengalami peningkatan drastis menjadi Rp. 25.010.255,- dengan tingkat persentase yakni

132.73% hal ini disebabkan karena banyaknya pengantaran ke luar kota menjelang hari raya natal dan tahun baru sehingga mengeluarkan uang harian untuk karyawan / *sales* bertambah.

Pada bulan Januari 2018 biaya yang dikeluarkan mengalami penurunan menjadi Rp. 18.120.000,- dengan tingkat persentase yakni 96.16% hal ini disebabkan karena banyaknya orderan dalam kota sehingga tidak mengeluarkan biaya banyak dalam proses pengantarannya. Pada bulan Februari 2018 biaya yang dikeluarkan mengalami peningkatan menjadi Rp. 18.520.000,- dengan tingkat persentase yakni 98.29% hal ini disebabkan karena banyaknya pengantaran ke luar kota dan orderan menjelang hari raya imlek sehingga uang harian untuk karyawan / *sales* bertambah.

Pada bulan Maret 2018 biaya yang dikeluarkan mengalami penurunan menjadi Rp.18.022.000,- dengan tingkat persentase yakni 95.64% hal ini disebabkan karena sedikitnya orderan ke luar kota sehingga biaya yang dikeluarkan tidak banyak. Pada bulan April 2018 biaya yang dikeluarkan mengalami peningkatan menjadi Rp. 18.950.000,- dengan tingkat persentase yakni 100.57% hal ini disebabkan karena adanya pembayaran bonus target untuk karyawan / *sales* yang mencapai target.

Pada bulan Mei 2018 biaya yang dikeluarkan mengalami peningkatan menjadi Rp. 19.254.000,- dengan tingkat persentase yakni 102.18% hal ini disebabkan karena banyaknya orderan ke luar kota sehingga uang harian untuk karyawan / *sales* bertambah. Pada bulan Juni 2018 biaya yang dikeluarkan mengalami penurunan menjadi Rp. 18.120.000,- dengan tingkat persentase yakni 96.16% hal ini disebabkan karena lebih banyak orderan dalam kota sehingga tidak banyak mengeluarkan biaya tambahan untuk karyawan / *sales*.

3.1.3. Gambaran Penjualan

Toko Era Keramik Pematangsiantar memiliki tujuan yaitu meningkatkan penjualan. Penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari menjual produk yang dilakukan *salesman* dan tenaga penjual lainnya. Penjualan dihitung berdasarkan target yang diasumsikan dengan realisasi yang dicapai. Dengan meningkatkan penjualan diharapkan dapat memberikan laba yang tinggi bagi Toko Era Keramik Pematangsiantar. Penjualan produk Toko Era Keramik Pematangsiantar selalu mengalami fluktuasi untuk setiap bulannya. Oleh sebab itu Toko Era Keramik Pematangsiantar melakukan program-program distribusi dan kegiatan promosi yang efektif. Dalam menjalankan kegiatan distribusi toko akan mengeluarkan biaya-biaya agar barang sampai ke tangan

konsumen, dan dalam membangun hubungan dengan pelanggan dibutuhkan kegiatan promosi yaitu dengan *personal selling* untuk meningkatkan penjualan toko.

Adapun data-data penjualan pada Toko Era Keramik Pematangsiantar dalam memasarkan produk keramik garuda pada tahun 2017 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.3.
Data Realisasi Penjualan Untuk Keramik Garuda
(Periode : Januari 2017 – Juni 2018)

Periode	Bulan	Penjualan
Semester I Tahun 2017	Jan	Rp 65,000,000
	Feb	Rp 62,500,000
	Mar	Rp 70,000,000
	Apr	Rp 77,500,000
	Mei	Rp 60,000,000
	Juni	Rp 67,500,000
Semester II Tahun 2017	Juli	Rp 75,000,000
	Aug	Rp 60,000,000
	Sept	Rp 65,000,000
	Okt	Rp 72,500,000
	Nov	Rp 75,000,000
	Des	Rp 87,500,000
Semester I Tahun 2018	Jan	Rp 72,500,000
	Feb	Rp 65,000,000
	Mar	Rp 62,500,000
	Apr	Rp 70,000,000
	Mei	Rp 77,500,000
	Juni	Rp 72,500,000

Sumber : Toko Era Keramik Pematangsiantar (2017-2018)

Dari data di atas, maka dapat dihitung persentase penjualan pada Toko Era Keramik Pematangsiantar didasarkan dengan rata-rata penjualan dari bulan Januari 2017 – Juni 2018 sebesar Rp. 69.861.111,- dengan metode angka indeks sebagai berikut:

1. Januari 2017

$$= \frac{65.000.000}{69.861.111} \times 100\% = 93.04\%$$
2. Februari 2017

$$= \frac{62.500.000}{69.861.111} \times 100\% = 96.15\%$$
3. Maret 2017

$$= \frac{70.000.000}{69.861.111} \times 100\% = 107.69\%$$
4. April 2017

$$= \frac{77.500.000}{69.861.111} \times 100\% = 110.93\%$$

5. Mei 2017

$$= \frac{60.000.000}{69.861.111} \times 100\% = 85.88\%$$
6. Juni 2017

$$= \frac{67.500.000}{69.861.111} \times 100\% = 96.62\%$$
7. Juli 2017

$$= \frac{75.000.000}{69.861.111} \times 100\% = 107.36\%$$
8. Agustus 2017

$$= \frac{60.000.000}{69.861.111} \times 100\% = 85.88\%$$
9. September 2017

$$= \frac{65.000.000}{69.861.111} \times 100\% = 93.04\%$$
10. Oktober 2017

$$= \frac{72.500.000}{69.861.111} \times 100\% = 103.78\%$$
11. November 2017

$$= \frac{75.000.000}{69.861.111} \times 100\% = 107.36\%$$
12. Desember 2017

$$= \frac{87.500.000}{69.861.111} \times 100\% = 125.25\%$$
13. Januari 2018

$$= \frac{72.500.000}{69.861.111} \times 100\% = 103.78\%$$
14. Februari 2018

$$= \frac{65.000.000}{69.861.111} \times 100\% = 93.04\%$$
15. Maret 2018

$$= \frac{62.500.000}{69.861.111} \times 100\% = 89.46\%$$
16. April 2018

$$= \frac{70.000.000}{69.861.111} \times 100\% = 100.20\%$$
17. Mei 2018

$$= \frac{77.500.000}{69.861.111} \times 100\% = 110.93\%$$
18. Juni 2018

$$= \frac{72.500.000}{69.861.111} \times 100\% = 103.78\%$$

Berdasarkan data dan hitungan persentase diatas, maka jumlah penjualan Toko Era Keramik Pematangsiantar mengalami peningkatan dan penurunan. Data menunjukkan bahwa pada Januari 2017 pada Toko Era Keramik Pematangsiantar penjualan sebesar Rp. 65.000.000,- dengan tingkat

persentase yakni 93.04% pada bulan Februari 2017 penjualan mengalami penurunan menjadi Rp. 62.500.000,- dengan tingkat persentase yakni 89.46% hal ini disebabkan karena sedikitnya orderan ke luar kota.

Pada bulan Maret 2017 adalah sebesar Rp. 70.000.000,- dengan tingkat persentase yakni 100.20% pada bulan April 2017 penjualan mengalami peningkatan menjadi Rp. 77.500.000,- dengan tingkat persentase yakni 110.93% hal ini disebabkan penambahan outlet baru yang menambah omset penjualan.

Pada bulan Mei 2017 adalah sebesar Rp. 60.000.000,- dengan tingkat persentase yakni 85.88% pada bulan Juni 2017 penjualan mengalami peningkatan menjadi Rp. 67.500.000,- dengan tingkat persentase yakni 96.62% hal ini disebabkan karena permintaan barang bertambah.

Pada bulan Juli 2017 adalah sebesar Rp. 75.000.000,- dengan tingkat persentase yakni 107.36% pada bulan Agustus 2017 penjualan mengalami penurunan menjadi Rp. 60.000.000,- dengan tingkat persentase yakni 85.88% hal ini disebabkan sedikitnya orderan ke luar kota.

Pada bulan September 2017 adalah sebesar Rp. 65.000.000,- dengan tingkat persentase yakni 93.04% pada bulan Oktober 2017 penjualan mengalami peningkatan menjadi Rp. 72.500.000,- dengan tingkat persentase yakni 103.78% hal ini disebabkan karena permintaan barang bertambah.

Pada bulan November 2017 adalah sebesar Rp. 75.000.000,- dengan tingkat persentase yakni 107.36% pada bulan Desember 2017 penjualan mengalami peningkatan drastis menjadi Rp. 87.500.000,- dengan tingkat persentase yakni 125.25% hal ini disebabkan karena banyaknya orderan diakhir tahun, dan banyak pengalokasian barang ke sejumlah outlet.

Pada bulan Januari 2018 adalah sebesar Rp. 72.500.000,- dengan tingkat persentase yakni 103.78% sedangkan bulan Februari 2018 penjualan mengalami penurunan menjadi Rp. 65.000.000,- dengan tingkat persentase yakni 93.04% hal ini disebabkan karena banyaknya hari libur menjelang hari raya imlek.

Pada bulan Maret 2018 adalah sebesar Rp. 62.500.000,- dengan tingkat persentase yakni 89.46% sedangkan bulan April 2018 penjualan mengalami peningkatan menjadi Rp. 70.000.000,- dengan tingkat persentase yakni 100.20% hal ini disebabkan karena adanya penambahan outlet baru yang menambah omset penjualan.

Pada bulan Mei 2018 adalah sebesar Rp. 77.500.000,- dengan tingkat persentase yakni 110.93% sedangkan bulan Juni 2018 penjualan mengalami penurunan menjadi Rp. 72.500.000,- dengan tingkat persentase yakni

103.78% hal ini disebabkan karena sedikitnya orderan ke luar kota.

3.1.4. Peranan Biaya Distribusi dan Biaya *Personal Selling* Dalam Meningkatkan Penjualan Toko Era Keramika Pematangsiantar

Dalam mencapai tujuan, Toko Era Keramika Pematangsiantar harus meningkatkan penjualan. Salah satu cara yang dikeluarkan dalam meningkatkan penjualan adalah pendistribusian produk dengan efektif, dan dalam menjalankan kegiatan distribusi toko akan mengeluarkan biaya-biaya supaya sampai ke tangan konsumen. Adapun biaya-biaya yang harus dikeluarkan Toko Era Keramika Pematangsiantar dalam kegiatan distribusi ini adalah biaya langsung penjualan, biaya transportasi, biaya pergudangan dan penyimpanan, dan biaya distribusi umum.

Selain melakukan kegiatan distribusi Toko Era Keramika Pematangsiantar juga melakukan kegiatan *personal selling*, dan dalam menjalankan kegiatan *personal selling* toko akan mengeluarkan biaya-biaya *personal selling*. Adapun biaya-biaya kompensasi dan imbalan yang meliputi uang harian, gaji pokok, dan bonus target. Biaya yang dilakukan tersebut merupakan sebagai promosi dan cara toko untuk menambah pelanggan dan menguasai pasar pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan dapat diperoleh sehingga kelangsungan hidup toko dapat terjamin.

Untuk melakukan kegiatan distribusi dan *personal selling* Toko Era Keramika Pematangsiantar mengeluarkan biaya distribusi dan biaya *personal selling* pada Toko Era Keramika Pematangsiantar.

1. Trend Untuk Biaya Distribusi

Dalam meningkatkan penjualan Toko Era Keramika melakukan usaha yaitu dengan melakukan kegiatan distribusi. Dan dalam menjalankan kegiatan distribusi toko akan mengeluarkan biaya-biaya agar sampai ke tangan konsumen. Untuk menghitung biaya distribusi menggunakan rumus *trend*. Kemudian *trend* dapat dihitung yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.4.
Rekapitulasi Biaya Distribusi
(Periode : Januari 2017 – Juni 2018)

Periode	Bulan	Biaya Distribusi (Y)	X	XY	X ²
Semester I Tahun 2017	Jan	Rp 6,250,000	-17	Rp (106,250,000)	289
	Feb	Rp 6,000,000	-15	Rp (90,000,000)	225
	Mar	Rp 6,500,000	-13	Rp (84,500,000)	169
	Apr	Rp 7,250,000	-11	Rp (79,750,000)	121
	Mei	Rp 5,500,000	-9	Rp (49,500,000)	81
	Juni	Rp 6,600,000	-7	Rp (46,200,000)	49
Semester II Tahun 2017	Juli	Rp 7,500,000	-5	Rp (37,500,000)	25
	Aug	Rp 5,500,000	-3	Rp (16,500,000)	9
	Sept	Rp 6,250,000	-1	Rp (6,250,000)	1
	Okt	Rp 6,100,000	1	Rp 6,100,000	1
	Nov	Rp 7,500,000	3	Rp 22,500,000	9
	Des	Rp 8,550,000	5	Rp 42,750,000	25
Semester I Tahun 2018	Jan	Rp 6,100,000	7	Rp 42,700,000	49
	Feb	Rp 6,250,000	9	Rp 56,250,000	81
	Mar	Rp 6,000,000	11	Rp 66,000,000	121
	Apr	Rp 6,500,000	13	Rp 84,500,000	169
	Mei	Rp 7,250,000	15	Rp 108,750,000	225
	Juni	Rp 6,100,000	17	Rp 103,700,000	289
Total		Rp 117,700,000	0	Rp 16,800,000	1938

Sumber: Toko Era Keramik Pematangsiantar (2017-2018)

Dari tabel 3.4. di atas dapat dijelaskan hal-hal sebagai berikut:

$$b = \frac{\sum XY}{(\sum X)^2}$$

$$= \frac{16.800.000}{1938}$$

$$= 8.668,73$$

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$= \frac{117.700.000}{18}$$

$$= 6.538.888,89$$

Maka Trend yang di dapat adalah:

$$Y' = a + bx$$

$$= 6.538.888,89 + 8.668,73X$$

Dari perhitungan di atas dapat dijelaskan bahwa jumlah biaya distribusi

diramalkan akan mengalami kenaikan tiap bulannya pada Toko Era Keramik Pematangsiantar, dimana ketika X dinaikan satuan diramalkan meningkatkan biaya distribusi menjadi 8.668,73.

2. Trend Untuk Biaya Personal Selling

Adapun biaya *personal selling* yang dilakukan Toko Era Keramik Pematangsiantar yaitu untuk mencari orderan ke outlet, melakukan presentasi pemasaran, dan akan ada *order taking* setelah ada kesepakatan diantara kedua belah pihak dan kegiatannya menggunakan rumus *trend*. Data biaya *personal selling* adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5.
Rekapitulasi Biaya Personal Selling
(Periode : Januari 2017 – Juni 2018)

Periode	Bulan	Biaya Personal Selling (Y)	X	XY	X ²
Semester I Tahun 2017	Jan	Rp 18,520,000	-17	Rp (314,840,000)	289
	Feb	Rp 18,022,000	-15	Rp (270,330,000)	225
	Mar	Rp 18,950,000	-13	Rp (246,350,000)	169
	Apr	Rp 19,254,000	-11	Rp (211,794,000)	121
	Mei	Rp 17,550,200	-9	Rp (157,951,800)	81
	Juni	Rp 18,650,000	-7	Rp (130,550,000)	49
Semester II Tahun 2017	Juli	Rp 19,020,500	-5	Rp (95,102,500)	25
	Aug	Rp 17,550,200	-3	Rp (52,650,600)	9
	Sept	Rp 18,520,000	-1	Rp (18,520,000)	1
	Okt	Rp 18,120,000	1	Rp 18,120,000	1
	Nov	Rp 19,020,500	3	Rp 57,061,500	9
	Des	Rp 25,010,255	5	Rp 125,051,275	25
Semester I Tahun 2018	Jan	Rp 18,120,000	7	Rp 126,840,000	49
	Feb	Rp 18,520,000	9	Rp 166,680,000	81
	Mar	Rp 18,022,000	11	Rp 198,242,000	121
	Apr	Rp 18,950,000	13	Rp 246,350,000	169
	Mei	Rp 19,254,000	15	Rp 288,810,000	225
	Juni	Rp 18,120,000	17	Rp 308,040,000	289
Total		Rp 339,173,655	0	Rp 37,105,875	1938

Sumber: Toko Era Keramik Pematangsiantar (2017-2018)

Dari tabel 3.5 di atas dapat dijelaskan hal-hal sebagai berikut:

$$b = \frac{\sum XY}{(\sum X)^2}$$

$$= \frac{37.105.875}{1938}$$

$$= 19.146,48$$

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$= \frac{339.173.665}{18}$$

$$= 18.842.980,83$$

Maka Trend yang di dapat adalah:
 $Y' = a + bx$
 $= 18.842.980,83 + 19.136,48X$

Dari perhitungan di atas dapat dijelaskan bahwa jumlah biaya *personal selling* diramalkan akan mengalami kenaikan tiap bulannya pada Toko Era Keramik Pematangsiantar, dimana ketika X dinaikan satu satuan diramalkan meningkatkan biaya *personal selling* menjadi 19.136,48.

3. Trend Untuk Biaya Penjualan

Dalam meningkatkan penjualan Toko Era Keramik Pematangsiantar melakukan usaha yaitu dengan kegiatan distribusi dan *personal selling*. Untuk menghitung penjualan menggunakan rumus *trend*. Kemudian *trend* dapat dihitung yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.6.
Rekapitulasi Biaya Penjualan
(Periode : Januari 2017 – Juni 2018)

Periode	Bulan	Penjualan	X	XY	X ²
Semester I Tahun 2017	Jan	Rp 65,000,000	-17	Rp (1,105,000,000)	289
	Feb	Rp 62,500,000	-15	Rp (937,500,000)	225
	Mar	Rp 70,000,000	-13	Rp (910,000,000)	169
	Apr	Rp 77,500,000	-11	Rp (852,500,000)	121
	Mei	Rp 60,000,000	-9	Rp (540,000,000)	81
	Juni	Rp 67,500,000	-7	Rp (472,500,000)	49
Semester II Tahun 2017	Juli	Rp 75,000,000	-5	Rp (375,000,000)	25
	Aug	Rp 60,000,000	-3	Rp (180,000,000)	9
	Sept	Rp 65,000,000	-1	Rp (65,000,000)	1
	Okt	Rp 72,500,000	1	Rp 72,500,000	1
	Nov	Rp 75,000,000	3	Rp 225,000,000	9
	Des	Rp 87,500,000	5	Rp 437,500,000	25
Semester I Tahun 2018	Jan	Rp 72,500,000	7	Rp 507,500,000	49
	Feb	Rp 65,000,000	9	Rp 585,000,000	81
	Mar	Rp 62,500,000	11	Rp 687,500,000	121
	Apr	Rp 70,000,000	13	Rp 910,000,000	169
	Mei	Rp 77,500,000	15	Rp 1,162,500,000	225
	Juni	Rp 72,500,000	17	Rp 1,232,500,000	289
Total	Rp 1,257,500,000	0	Rp 382,500,000	1938	

Sumber: Toko Era Keramik Pematangsiantar (2017-2018)

Dari tabel 3.6. di atas dapat dijelaskan hal-hal sebagai berikut:

$$b = \frac{\sum XY}{(\sum X)^2}$$

$$= \frac{382.500.000}{1938}$$

$$= 197.368,42$$

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$= \frac{1.257.500.000}{18}$$

$$= 69.861.111,11$$

Maka Trend yang didapat adalah:
 $Y' = a + bx$
 $= 69.861.111,11 + 197.368,42X$

Dari perhitungan di atas dapat dijelaskan bahwa jumlah biaya penjualan diramalkan akan mengalami kenaikan tiap bulannya pada Toko Era Keramik Pematangsiantar, dimana ketika X dinaikan satu satuan diramalkan meningkatkan biaya penjualan menjadi 197.368,42.

3.2. Evaluasi

3.2.1. Biaya Distribusi Pada Toko Era Keramik Pematangsiantar

Distribusi adalah salah satu kegiatan operasional Toko Era Keramik Pematangsiantar untuk meningkatkan penjualan. Untuk itu, toko dalam membuat perencanaan distribusi perlu adanya perancangan jaringan distribusi yang tepat. Tujuan dirancang adalah untuk menekankan pelanggan baru, untuk mempertahankan posisi efektif melalui kunjungan penjualan regular dan untuk meningkatkan penjualan total atau meningkatkan produk-produk yang lebih menguntungkan. Dalam pendistribusian hendaknya memperhatikan biaya yang dikeluarkan, dan upaya dalam menurunkan distribusi dapat dilakukan dengan mengurangi alokasi-alokasi barang yang memerlukan biaya langsung, seperti biaya retribusi setiap daerah yang berbeda-beda, biaya perbaikan kendaraan yang tidak terkontrol, mengurangi biaya pergudangan dan penyimpanan yang tidak baik, dan mengevaluasi penggunaan kendaraan.

Dengan adanya biaya distribusi yang mengalami fluktuasi, toko diharapkan dapat mengevaluasi secara berkala biaya distribusi toko, dan diharapkan toko memiliki manajemen dan menganalisis biaya yang akan digunakan dalam pendistribusian produk guna meminimalkan biaya dalam pencapaian omset.

3.2.2. Biaya *Personal Selling* Pada Toko Era Keramik Pematangsiantar

Personal selling adalah sebagai alat yang menghubungkan antara tenaga penjualan dengan konsumen melalui presentasi dalam suatu percakapan untuk menciptakan penjualan. Berdasarkan penelitian terhadap Toko Era Keramik Pematangsiantar dalam mendistribusikan produknya menggunakan bauran promosi yaitu *personal selling*. Untuk mencari orderan ke outlet *personal selling* melakukan presentasi pemasaran ke outlet baru, dan seterusnya akan ada *taking order* setelah ada kesepakatan diantara kedua belah pihak.

Upaya menurunkan biaya kegiatannya *personal selling* dengan mengurangi kunjungan ke outlet yang tidak berpotensi dan mengontrol sistem kerja tenaga kerja di outlet yang berpotensi terjadinya kecurangan dalam absensi serta mengatur waktu cuti karyawan untuk menurunkan biaya kerja lembur. Dan mengurangi *turnover* tenaga kerja, sehingga dapat mengganggu proses penjualan di outlet. Dengan cara mengurangi biaya yang tidak efisien maka dengan sendirinya dapat menambah pelanggan dan menguasai pasar yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan, sehingga kelangsungan hidup toko dapat terjamin dan tujuan tercapai.

3.2.3. Penjualan Pada Toko Era Keramik Pematangsiantar

Penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai toko dari menjual produk yang dilakukan oleh *salesman* dan tenaga penjual lainnya. Penjualan dihitung berdasarkan target yang telah diasumsikan dengan realisasi yang dicapai. Penjualan tidak memisahkan secara tunai maupun kredit, tetapi dihitung secara keseluruhan dari total yang dicapai. Maka, jika penjualan meningkat dan biaya distribusi menurun maka tingkat pencapaian laba toko menurun. Tetapi sebaliknya bila penjualan menurun maka pencapaian laba toko juga menurun.

Untuk meningkatkan penjualan Toko Era Keramik Pematangsiantar melakukan berbagai pengawasan yang dapat mengembangkan dan memajukan strategi toko dalam proses penjualan. Upaya dalam meningkatkan penjualan dapat dilakukan seperti melakukan analisis kondisi lapangan, mengembangkan sistem penjualan agar lebih akurat dan teruji, menjadwalkan pertemuan rutin dan mengevaluasi secara berkala kinerja karyawan. Dengan adanya penurunan permintaan pasar, seharusnya lebih dapat berinovasi dengan produknya, dan untuk mengantisipasi adanya kekosongan barang yang di pesan, toko diharapkan melihat rekaman data lama pada penjualan produk per

bulan yang toko mampu menjual, kemudian pemesanan barang tepat waktu dan akurat.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil analisis, diketahui persentase jumlah biaya distribusi tertinggi pada bulan Desember 2017 sebesar Rp. 8.550.000,- dengan persentase sebesar 130.76%. Sedangkan biaya terendah pada bulan Mei dan Agustus 2017 sebesar Rp. 5.500.000,- dengan persentase sebesar 84.11%.
2. Berdasarkan hasil analisis, diketahui persentase jumlah biaya *personal selling* tertinggi pada bulan Desember 2017 sebesar Rp. 25.010.255,- dengan persentase sebesar 132.73%. Sedangkan biaya terendah pada bulan Mei dan Agustus 2017 sebesar Rp. 17.550.000,- dengan persentase sebesar 93.14%.
3. Berdasarkan hasil analisis, diketahui persentase jumlah biaya penjualan tertinggi pada bulan Desember 2017 sebesar Rp. 87.500.000,- dengan persentase sebesar 125.25%. Sedangkan biaya terendah pada bulan Mei dan Agustus 2017 sebesar Rp. 60.000.000,- dengan persentase sebesar 85.88%.
4. Berdasarkan hasil analisis melalui rumus *trend* untuk biaya distribusi, maka dapat diartikan bawah biaya distribusi berbanding positif terhadap penjualan pada Toko Era Keramik Pematangsiantar, dimana ketika X dinaikan satu-satuan diramalkan meningkatkan penjualan.
5. Berdasarkan hasil analisis melalui rumus *trend* untuk biaya *personal selling*, maka dapat diartikan bawah biaya *personal selling* berbanding positif terhadap penjualan pada Toko Era Keramik Pematangsiantar, dimana ketika X dinaikan satu-satuan diramalkan menaikkan penjualan.
6. Berdasarkan hasil analisis melalui *trend* penjualan, maka dapat diartikan bahwa penjualan mengalami kenaikan setiap bulan sebesar Rp. 197.368,42,-.

4.2. Saran

1. Biaya distribusi yang ada di Toko Era Keramik Pematangsiantar mengalami kenaikan dan penurunan dengan adanya hal tersebut maka diharapkan toko dapat mengevaluasi biaya tersebut secara berkala dan berusaha meminimalkan biaya.
2. Memberikan pelatihan dan pengembangan kepada tenaga penjual agar bisa melakukan pendekatan dengan calon pembeli dengan lebih baik sehingga hal tersebut dapat meningkatkan minat konsumen untuk membelinya.

3. Toko dapat berusaha melakukan berbagai program-program yang dapat menarik minat pelanggan. Selalu berusaha menerima keluhan dari konsumen dan memperbaiki agar pelanggan tidak kecewa. Untuk meningkatkan perkembangan toko, maka toko harus lebih luas dalam mendistribusikan produk.
4. Sehubungan dengan keterbatasan-keterbatasan yang ada pada penulis, penelitian ini masih dapat mengungkapkan seluruh variabel-variabel yang dapat mempengaruhi peningkatan penjualan pada Toko Era Keramika Pematangsiantar.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Ardiyos. 2000. **Kamus Besar Akuntansi**. Jakarta: Citra Harta Prima.
- Bourne, E Louis dan David L. Kurtz. 2002. **Pengantar Bisnis**. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Buchari, Alma. 2007. **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**. Bandung: CV. Alfabeta.
- Gunawan, Adi W. 2006. **Genius Learning Strategy**. Jakarta: PT Gramedia.
- Keegan, Warren J. 2000. **Manajemen Pemasaran Global**. Edisi VI, Jilid 2. Jakarta: PT. Prehelindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. **Manajemen Pemasaran**. Edisi XII, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
-2009. **Manajemen Pemasaran**. Edisi XIII, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
-2012. **Manajemen Pemasaran**. Edisi XIV, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. **Prinsip-Prinsip Pemasaran**. Edisi XII, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
2002. **Manajemen Pemasaran**. Edisi Milenium, Jilid 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip. 2006. **Manajemen Pemasaran**. Edisi XII, Jakarta: PT. Indeks.
- Machfoedz, Mahmud. 2007. **Pengantar Bisnis Modern**. Yogyakarta: Andi..
- Saladin, Djaslim. 2007. **Manajemen Pemasaran**. Cetakan Keempat. Bandung: CV. Linda Karya.
- Simamora, Henry. 2000. **Akuntansi Basis Pengambilan keputusan Bisnis**. Jakarta:
- Supriyono. 2011. **Akuntansi Biaya, Perencanaan dan Pengendalian Biaya, Serta Pengambilan Keputusan**. Edisi II, Yogyakarta: BPFE.
- Sumarni, Murti. 2003. **Pengantar Bisnis Dasar-Dasar Ekonomi**. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu. 2000. **Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern**. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2000. **Manajemen Pemasaran Modern**. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu. 2001. **Manajemen Penjualan**. Yogyakarta: Liberty.
-2005. **Manajemen Penjualan**. Edisi XII, Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2008. **Strategi Pemasaran**. Edisi III, Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. **Pemasaran Strategik**. Edisi II, Yogyakarta : CV. Andi Offset