

ABSTRAK

ANALISIS PERBANDINGAN EFEKTIVITAS SISTEM PENJUALAN MELALUI INTERNET DAN SISTEM PENJUALAN KONVENSIONAL Studi Kasus pada PT. MURNI MULYA MANDIRI Jakarta

Leonardus Arie Harjanto
NIM: 022114146
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2007

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas sistem penjualan melalui internet dan sistem penjualan konvensional yang diterapkan oleh PT. MURNI MULYA MANDIRI Jakarta. Jenis penelitian adalah studi kasus pada PT. MURNI MULYA MANDIRI Jakarta. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah perbandingan penjualan konvensional terhadap penjualan melalui internet dan analisis SWOT yang meliputi *Strength*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats* serta Matrix SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penjualan secara konvensional dari bulan Februari – April 2006 adalah sebesar 98,8% atau sebanyak 1.191 transaksi setiap bulan, sedangkan penjualan melalui internet selama bulan Februari – April 2006 adalah sebesar 1,2% atau sebanyak 14 transaksi setiap bulan. Jadi penjualan melalui internet tidak efektif dibandingkan dengan penjualan secara konvensional.

ABSTRACT

AN ANALYSIS OF EFFECTIVENESS COMPARISON OF BY INTERNET SALES SYSTEM AND CONVENTIONAL SALES SYSTEM A Case Study at PT MURNI MULYA MANDIRI Jakarta

**Leonardus Arie Harjanto
NIM: 022114146
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2007**

The aim of this study was to find out the effectiveness of sales system using internet and conventional sales system applied by PT. MURNI MULYA MANDIRI Jakarta. This study was a case study in PT. MURNI MULYA MANDIRI Jakarta. The data collecting techniques used were interview, observation and documentation. The data analysis techniques used were comparison of conventional sales and sales using internet and SWOT analysis consisting of Strength, Weaknesses, Opportunities, and Threats, also Matrix of SWOT.

From the analysis, the writer found that the conventional sales from February – April 2006 was equal to 98,8% or 1.191 transaction/month, while the sales using internet from February – April 2006 was equal to 1,2% or 14 transaction/month. Therefore the sales using internet was not effective compared to conventional sales.