

**ANALISA BIAYA PROMOSI DALAM RANGKA
MENINGKATKAN HASIL PENJUALAN BRA (BH) PADA
PT. GREAT RIVER GARMENT INDUSTRIES DI CIBINONG**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademik Dan Melengkapi
Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna Melengkapi Gelar Sarjana Ekonomi (S1)
Pada Jurusan Manajemen**

OLEH :

LIENA CHANDRA

No. Pokok : 96420057

NIRM : 963123340250056



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2001

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Liena Chandra
Nomor Pokok : 96420057
NIRM : 963123340250056
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : ANALISA BIAYA PROMOSI DALAM RANGKA
MENINGKATKAN HASIL PENJUALAN BRA (BH)
PADA PT. GREAT RIVER GARMENT INDUSTRIES DI
CIBEINONG.

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dihadapan panita penguji skripsi
pada tanggal.....2001:

Jakarta, 2001

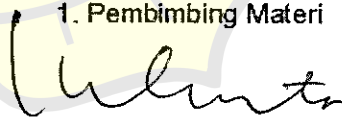
Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

(Dra. Endang Tri Pujiastuti)

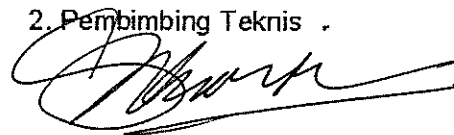
Menyetujui,

1. Pembimbing Materi



(Dr. Soeharto Rahman, MS)

2. Pembimbing Teknis




(Sukardi, SE)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Liena Chandra
Nomor Pokok : 96420057
NIRM : 963123340250056
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : ANALISA BIAYA PROMOSI DALAM RANGKA
MENINGKATKAN HASIL PENJUALAN BRA (BH)
PADA PT. GREAT RIVER GARMENT INDUSTRIES DI
CIBINONG.

Telah diperiksa, dikaji dan diujikan dihadapan panita penguji skripsi pada tanggal
.....2001 dengan hasil.....

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

<u>NAMA</u>	<u>JABATAN</u>	<u>TANDA TANGAN</u>
1. H. Chalid Ismail, SE,MM	(Ketua Penguji)	
2. DR. Suharto Rahman	(Anggota Penguji)	
3. Drs. Fauzi Baisyir, MM	(Anggota Penguji)	

LEMBAR PERNYATAAN

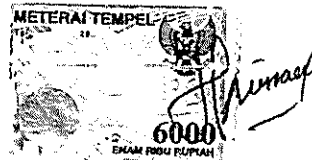
Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Liena Chandra
Nomor Pokok : 96420057
NIRM : 963123340250056
Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis ini dengan judul "Analisa biaya promosi dalam rangka meningkatkan hasil penjualan Bra (BH) pada PT. Great River Garment Industries di Cibinong". Dibawah bimbingan Dr. Soeharto Rahman.MS, benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun mengcopy sebagian dari karya orang lain. Apabila dikemudian hari diketemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia mempertanggung jawabkannya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yang menyatakan,



Liena Chandra

KATA PENGANTAR

Dengan segala Puji syukur kehadidar Allah SWT, maka akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Dimana skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Pemasaran, Universitas Dama Persada di Jakarta.

Tugas akhir ini berisi tentang pengaruh biaya promosi terhadap nilai penjualan Bra (BH) pada PT. Great River Garment Industries. Dengan mencurahkan segala kemampuan yang penulis miliki agar dapat dicapai hasil penulisan yang baik. Penulis sadar penulisan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan dan ilmu yang penulis miliki serta keterbatasan waktu, dan literature yang berkaitan dengan penulisan tugas akhir ini.

Harapan penulis semoga penulisan tugas akhir ini dengan judul "Analisa Biaya Promosi Dalam Rangka Meningkatkan Hasil Penjualan Bra (BH) Pada PT. Great River Garment Industries Di Cibinong". Dapat bermanfaat khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi untuk Jurusan Manajemen Pemasaran, dan pihak lain yang se-profesi pada umumnya.

Dengan selesainya tugas akhir ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu serta melungkan waktunya sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Dalam kesempatan ini izinkanlah penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :


1. Bapak DR. Soeharto Rahman, MS selaku Dosen Pembimbing Materi yang telah banyak melungkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.

2. Bapak Sukardi, SE, yang telah memberikan bimbingan Teknis
3. Bapak Drs. Shanti Danu Boestaman, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi
4. Ibu Dra. Endang Tri Pujiastuti, Selaku Kajar Manajemen.
5. Seluruh Staff Dosen Fakultas Ekonomi yang telah mendidik, membimbing dan memberikan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan.
6. Seluruh Pimpinan dan Staff Marketing Pada PT. Great River Garment Industries Di Cibinong yang telah membantu didalam memberikan data-data yang diperlukan penulis.
7. Ayah, Ibu Kakak dan adik tercinta serta seluruh keluarga yang selalu memberikan dorongan dan mendoakan sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan penulisan skripsi ini.
8. Seseorang yang penulis sayangi yang telah memberikan semangat, dorongan serta doa.
9. Semua teman-teman yang telah banyak membantu dan memberikan dorongan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan-kekurangan dalam penyusunan tugas akhir ini, karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk dapat memperbaiki dan melengkapi tugas akhir ini. Akhir kata penulis berharap semoga penyusunan tugas akhir ini dapat berguna bagi kita semua.

Amin.

Unsada, Agustus 2001



Liena Chandra
964200057

ABSTRAK

- (A) Liena Chandra (96420057)
- (B) Analisa Biaya Promosi Dalam Rangka Meningkatkan Hasil Penjualan Bra (BH) Pada PT. GREAT RIVER GARMENT INDUSTRIES DI CIBINONG.
- (C) lx + 72 halaman ; 2001
- (D) Kata Kunci : Promosi, Hasil Penjualan, Biaya Promosi, Korelasi.

Alasan dan Tujuan Penelitian. Peranan pemasaran erat kaitannya dengan kegiatan promosi yang merupakan aktivitas penting dalam proses pemasaran produk dari suatu badan usaha, dimana salah satu bagian dari proses komunikasi total adalah komunikasi melalui promosi. Suasana persaingan promosi sangat tajam, sehingga terdapat kecenderungan kejadian barang mencari pembeli, oleh sebab itu maka usaha-usaha promosi perlu diselenggarakan, apabila tidak dapat diselenggarakan akan mengakibatkan kemunduran bagi suatu perusahaan atau mungkin dapat menyebabkan produksi terhenti. Itulah sebabnya untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan, kegiatan promosi perlu dilakukan secara tepat dan kontinu melalui berbagai cara.

Metode Penelitian. Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan metode peneliltan kepustakaan serta mengadakan penelitian langsung ke PT. Great River Garment Industries untuk memperoleh data-data.

Hasil Penelitian. Dari perhitungan koefisien korelasi diperoleh hasil sebesar 0,9507 atau 95,07%. Berarti biaya promosi mempengaruhi nilai penjualan, sedangkan sisanya sebesar 4,93% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya seperti : harga jual, distribusi dan mutu produk.

Kesimpulan dan Saran. Dalam pengumpulan dan penelitian data agar diperbanyak observasi ke distributor dan produsen pesaing sehingga dapat dlperoleh angka yang lebih lengkap tentang data-data pesaing.

- (E) Daftar Acuan 9 (1996 – 2000)

- (F) Ketua Jurusan Manajemen

- (G) Dosen Pembimbing Materi

(Dra. Endang Tri Pujiastuti)


(DR. Soeharto Rahman, MS)

DAFTAR ISI

	Hal
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Pembatasan Masalah	3
C. Perumusan Masalah	3
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	4
E. Metode Penelitian	4
F. Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Pengertian Pemasaran	7
B. Promosi Dan Bauran Promosi	11
C. Periklanan	17
D. Penjualan perseorangan (Personal Seiling)	22

	E. Promosi Penjualan	26
	F. Publisitas	29
BAB III	TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN	34
	A. Sejarah Singkat Dan Perkembangan Perusahaan	34
	B. Struktur Organisasi	35
	C. Aktivitas Perusahaan	39
	D. Fungsi Ekonomi Dan Sosial Perusahaan	39
BAB IV	ANALISA DAN PEMBAHASAN	41
	A. Pasar Yang Dihadapi Perusahaan	41
	B. Kebijaksanaan Promosi Yang Ditetapkan Perusahaan	44
	C. Pelaksanaan Promosi Yang Dijalankan Perusahaan	45
BAB V	PENUTUP	69
	A. Kesimpulan	69
	B. Saran-saran	72
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Hal
II.1 Model Proses Komunikasi.	12
III.1 Struktur Organisasi PT. Great River Garment Industries.	38



DAFTAR TABEL

TABEL	Hal
IV.1 Hasil Penjualan Dan Biaya Promosi Bra (BH) PT. Great River Garment Industries.	52
IV.2 Angka Realatif Dari Biaya Promosi Dan Hasil Penjualan Bra (BH).	53
IV.3 Perhitungan Biaya Promosi Untuk Nilai Penjualan Bra (BH) PT. Great River Garment Industries.	56
IV.4 Perhitungan Persamaan Dengan Metode Regressi Linier.	57
IV.5 Perhitungan F_{test} Persamaan Regressi Linier.	61
IV.6 Perhitungan T_{test} Persamaan Regressi Linier.	63

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Situasi dunia usaha dewasa ini terutama dalam pasar sering terjadi persaingan sehingga sangat berpengaruh terhadap suatu perusahaan dan dapat menimbulkan berbagai masalah. Persaingan dunia usaha dalam suatu perusahaan atau organisasi tentu mempunyai tujuan yakni mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin.

Keuntungan adalah suatu hal yang mutlak bagi perusahaan atau organisasi, oleh karena itu persaingan dunia usaha menuntut untuk bekerja lebih efisien dalam melayani kebutuhan konsumen melalui konsep pemasaran.

Banyak perusahaan yang kurang memperhatikan dan menyadari, bahwa masalah peranan pemasaran sangat penting karena hal ini memerlukan suatu penanganan khusus dari perusahaan tersebut. Berhasil atau tidaknya suatu pemasaran sangat mempengaruhi suatu kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri di dalam memasarkan hasil produksinya.

Peranan pemasaran erat kaitannya dengan kegiatan promosi yang merupakan aktivitas penting dalam proses pemasaran produk dari suatu badan usaha, dimana salah satu bagian dari proses komunikasi total adalah komunikasi melalui promosi.

Produk dan jasa diciptakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Suatu permintaan akan efektif bila memang benar-benar dicari atau dibutuhkan, karena itu penciptaan barang dan jasa harus sesuai dengan keinginan para konsumen.

Konsumen atau pembeli harus dicari, diberi informasi tentang keuntungan menggunakan suatu produk atau jasa serta dapat meyakinkan mereka tentang keuntungan-keuntungan itu sehingga transaksi pembelian akan terjadi. Dalam hal ini yang harus meyakinkan mereka adalah para produsen atau sipencipta barang atau jasa. Dalam hal ini promosi memainkan peranan yang dominan dalam mencapai tingkat kepuasan konsumen, serta membantu dalam menyediakan kebutuhan yang diperlukan konsumen dalam penggunaannya, kesenangan dan kepuasan kepada pembeli atas produk dan jasa yang dipasarkan.

Pada saat ini semakin banyak perusahaan yang baru berdiri dengan menghasilkan produksinya yang sejenis maka diperlukan suatu strategi pemasaran yang tepat dalam menghadapi suatu kompetitif di pasar. Peranan strategi pemasaran dalam promosi sangat penting dalam usaha meningkatkan daya minat konsumen terhadap hasil produksi atau jasa dari perusahaan yang bersangkutan.

Dalam pelaksanaannya, promosi memerlukan biaya yang cukup besar. Sehingga bagi perusahaan yang kurang mengerti betapa pentingnya peranan promosi tidak akan mengeluarkan biaya tersebut. Namun kenyataan yang kita lihat dewasa ini terbukti banyak perusahaan yang saling bersaing dalam melakukan promosi.

Suasana persaingan promosi sangat tajam, sehingga terdapat kecenderungan kejadian barang mencari pembeli, oleh sebab itu maka usaha-usaha promosi perlu diselenggarakan, apabila tidak dapat diselenggarakan akan mengakibatkan kemunduran bagi suatu perusahaan atau mungkin dapat menyebabkan produksinya terhenti. Itulah sebabnya untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan, kegiatan promosi perlu dilakukan secara tepat dan kontinu melalui berbagai cara. Dalam hubungan ini alasan penulis memilih judul "ANALISA BIAYA PROMOSI DALAM

RANGKA MENINGKATKAN HASIL PENJUALAN BRA (BH) PADA PT. GREAT RIVER GARMENT INDUSTRIES DI CIBINONG".

B. Pembatasan Masalah.

Karena luasnya permasalahan yang terkait didalam perusahaan, maka agar masalah yang akan dibahas tidak terlalu luas dan untuk lebih mengarahkan pembahasan dalam Tugas Akhir ini, maka penulis membatasi masalah sebagai berikut :

1. Penulis hanya melakukan penelitian pada pakaian dalam wanita atau Bra (BH), pada PT. Grear River Garment Industries.
2. Data yang penulis gunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah data biaya promosi dan nilai penjualan untuk tahun 1996 sampai tahun 2000.
3. Penggunaan teori-teori dan rumus-rumus yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis peroleh dari buku referensi, maka teori dan rumus yang digunakan sudah baku dan berlaku umum.

C. Perumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan diatas maka yang menjadi pokok permasalahan sehubungan dengan penelitian ini adalah menganalisa pengaruh biaya promosi terhadap hasil penjualan pada PT. Great River Garment Industries.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.

Maksud dari pada penulisan Tugas Akhir ini adalah :

1. Untuk mengetahui pasar yang dihadapi oleh perusahaan.
2. Untuk mengetahui kebijaksanaan promosi yang ditetapkan oleh perusahaan.
3. Untuk mengetahui sejauh mana promosi yang dijalankan oleh perusahaan.
4. Untuk mengetahui sejauh mana peranan promosi terhadap peningkatan volume penjualan.
5. Untuk mengetahui promosi yang efektif yang dilakukan oleh perusahaan Bra (BH).

E. Metode Penelitian.

1. Jenis Penelitian

Untuk memecahkan suatu permasalahan penelitian yang dilakukan pada dasarnya adalah usaha mencari data yang akan digunakan dalam menguji hipotesis yang merupakan kesimpulan.

2. Metode perolehan Data

Adapun metode penelitian yang digunakan penulis yaitu :

a. Penelitian kepustakaan (library research).

Adalah penelitian yang memperoleh kata ilmiah yang diperlukan dengan cara membaca dan mempelajari literature yang berhubungan dengan judul tulisan dan permasalahan yang berkenaan dengan penyelesaian karya tulis ini.

b. Penelitian lapangan (field research).

Adalah penelitian yang langsung dilakukan dilapangan (objek yang diteliti) yaitu PT. Great River Garment Industries (Pabrik Bra (BH)) guna pengumpulan data-data yang diperlukan dengan cara wawancara langsung

dengan pihak-pihak yang diharapkan akan dapat memberikan keterangan-keterangan yang berguna.

3. Metode Analisa Data

Analisa yang menggunakan data statistik. Analisa secara kuantitatif ini digunakan dengan membandingkan hasil penjualan sebagai gambaran hasil pengembangan produk.

Pada analisa kuantitatif ini digunakan rumus sebagai berikut :

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

dimana :

r = Koefisien korelasi

X = Pengembangan produk

n = Jumlah data

Y = Hasil Penjualan

F. Sistematika Penulisan.

Pada tahap sistematika penulisan Tugas Akhir ini penulis mencoba menerangkan secara singkat pada setiap BAB yang mencakup sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini dibahas secara umum mengenai masalah yang berorientasi pada penyusunan judul, tujuan penulisan, batasan masalah, metode penelitian, sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II : LANDASAN TEORITIS

Bab ini merupakan pembahasan tentang landasan teori yang digunakan mengenai : pengertian pemasaran, promosi dan bauran promosi, personal selling, periklanan, promosi penjualan, publisitas.

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menguraikan keadaan perusahaan, meliputi sejarah singkat berdiri dan berkembangnya perusahaan, struktur organisasi dan aktivitas perusahaan, fungsi ekonomi dan sosial perusahaan.

BAB IV : ANALISA-ANALISA PEMBAHASAN.

Pada bab ini penulis menguraikan atau membahas tentang masalah pokok dari tugas akhir ini yaitu :
Pasar yang dihadapi perusahaan, kebijaksanaan promosi yang ditetapkan, pelaksanaan promosi yang dijalankan perusahaan, analisa korelasi antara biaya promosi dengan volume penjualan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini penulis menyimpulkan apa yang telah diuraikan pada bab-bab terdahulu, dan selanjutnya penulis memberikan saran-saran yang kiranya dapat berguna atau bermanfaat bagi perkembangan perusahaan untuk masa mendatang khususnya tentang promosi Bra (BH) pada PT. GREAT RIVER GARMENT INDUSTRIES DI CIBINONG.