

**PENGARUH PROMOSI DALAM
MENINGKATKAN HASIL PENJUALAN PADA PT.
MATAHARI PUTRA PRIMA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademik dan
Melengkapi Sebagian dari Syarat-syarat Guna Mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi (S1) Jurusan Manajemen**

Oleh
AIDIL ASRAR

No. Pokok : 96410004
NIRM : 96312334025503



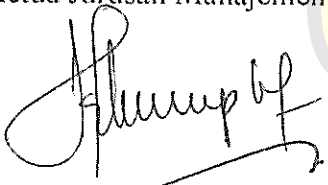
**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2001**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Aidil Asrar
No. Pokok : 96410004
NIRM : 96312334025003
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada PT. Matahari Putra Prima

Telah diperiksa dan disetujui, untuk diajukan dan diujikan di hadapan panitia penguji skripsi Sarjana.

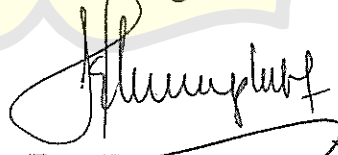
Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen


(Dra. Endang Tri Pujiastuti)

Jakarta, Agustus 2001
Menyetujui
1. Pembimbing Materi


(Drs. Soeroso)

2. Pembimbing Teknis


(Dra. Endang Tri Pujiastuti)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Aidil Asrar
No. Pokok : 96410004
NIRM : 96312334025003
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada PT. Matahari Putra Prima

Telah dikaji, diperiksa dan diujikan dihadapan Panitia Penguji Skripsi Sarjana pada tanggal

Jakarta, Agustus 2001

Panitia Penguji Skripsi

Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Ketua
2. DRS. SOEROSO .	Anggota	
3.	Anggota	

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

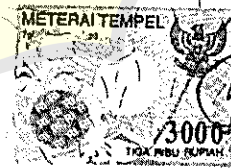
Nama : Aidil Asrar
No. Pokok : 96410004
NIRM : 963123340250003
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **“Pengaruh Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Matahari Putrai Prima”** di bawah bimbingan Drs. Soeroso, adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan atau mengcopy sebagian dari hasil karya orang lain.

Apabila dikemudian hari diketemukan tidak sesuai dengan pernyataan saya bersedia mempertanggung jawabkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yang Menyatakan,



(Aidil Asrar)

ABSTRAK

- (A) Aidil Asrar (96410004/96312334025503)
- (B) "Pengaruh Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Matahari Putra Prima"
- (C) X + 69 Halaman, Tabel, Gambar 2001
- (D) Kata Kunci : Promosi, Volume, Penjualan, Korelasi dan Regresi
- (E) **Alasan dan Tujuan** : Mengetahui kegiatan promosi yang dilaksanakan oleh PT. Matahari Putra Prima dan sejauh mana pengaruh promosi terhadap peningkatan volume penjualan.
Metode Penelitian : Dalam mendapatkan, mengumpulkan, menyusun dan menganalisa serta menafsirkan kata-kata yang berhubungan dengan masalah yang dibahas, penulis menggunakan metode penelitian perpustakaan dan penelitian langsung kepada objek yaitu PT. Matahari Putra Prima dan Pusat Referensi Pasar Modal di Jakarta.
Hasil Penelitian : Analisa Korelasi antara biaya promosi dengan penjualan diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan yang kuat dan positif yaitu koefisien korelasi atau $r = 0,96$ (mendekat + 1). Analisa koefisien penentunya atau $KP = 0,92$ yang berarti bahwa peningkatan penjualan yang diperoleh PT. Matahari Putra Prima adalah 92% dipengaruhi biaya promosinya sedangkan sisanya sebesar 8% disebabkan oleh faktor-faktor lain. Sedangkan analisa regresi menghasilkan persamaan $Y = 0645 + 1668 X$ yang berarti apabila nilai $X = 0$ hasil penjualannya Rp. - 645 . sedangkan apabila nilai $X = 2$ hasil penjualannya = Rp. 2691.
- (F) Daftar Acuan : 10 (1991 – 1998)
- (G) Dosen Pembimbing Materi

(Drs. Soeroso)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Hirobbilalamin penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan Hidayah-Nya hingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, Jakarta.

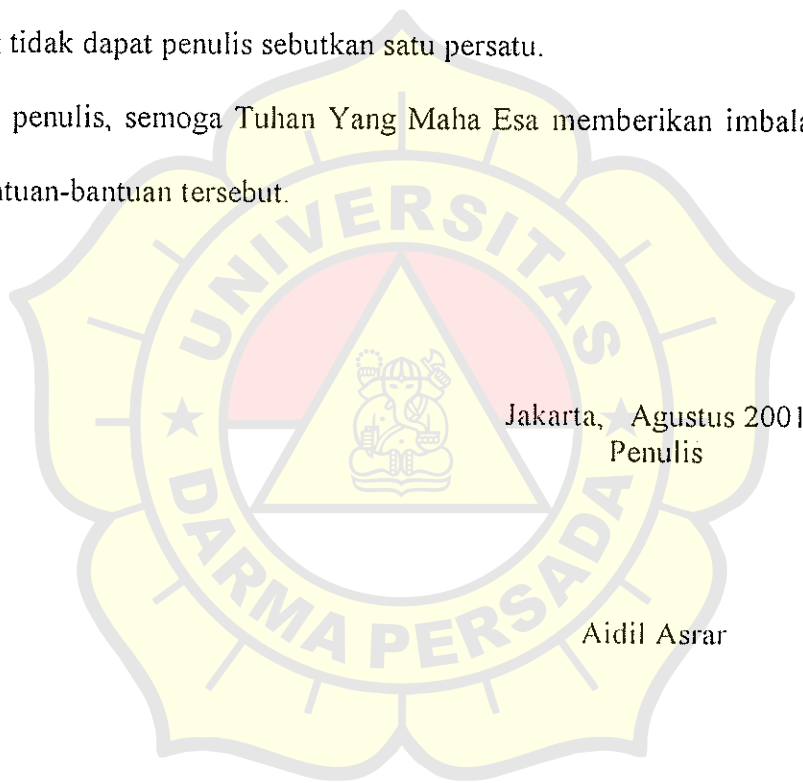
Secara keseluruhan skripsi ini menguraikan beberapa data dan informasi yang berhubungan dengan disiplin ilmu Manajemen Pemasaran, khususnya menyangkut pembahasan yang berkenaan dengan Pengaruh Promosi Dalam Meningkatkan volume Penjualan Pada PT. Matahari Putra Prima. Data-data maupun bahan-bahan penulisan, sepenuhnya penulis peroleh dari perpustakaan dan dari PT. Dan Pusat Referensi Pasar Modal sebagai obyek penelitian.

Dengan tersusunnya skripsi ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Bridjend (Purn) Drs. WD. Sukisman, selaku Rektor Universitas Darma Persada, Jakarta.
2. Bapak Drs. H. Shanti Danu Boestaman, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Darma Persada, Jakarta.
3. Bapak Dr. Soeroso, selaku dosen pembimbing materi yang telah membimbing dan mengarahkan penulis serta memberikan motivasi yang sangat berguna dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.
4. Ibu Dra. Endang Tri Pujiastuti, selaku dosen pembimbing teknis

5. Yth. Pimpinan PT. Matahari Putra Prima yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan riset dalam rangka mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini.
6. Ytc. Papa dan Mama dan adik penulis yang telah memberikan semangat, dorongan serta do'a.
7. Rekan-rekan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Besar harapan penulis, semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan imbalan yang sepadan atas bantuan-bantuan tersebut.



Jakarta, ★ Agustus 2001
Penulis

Aidil Asrar

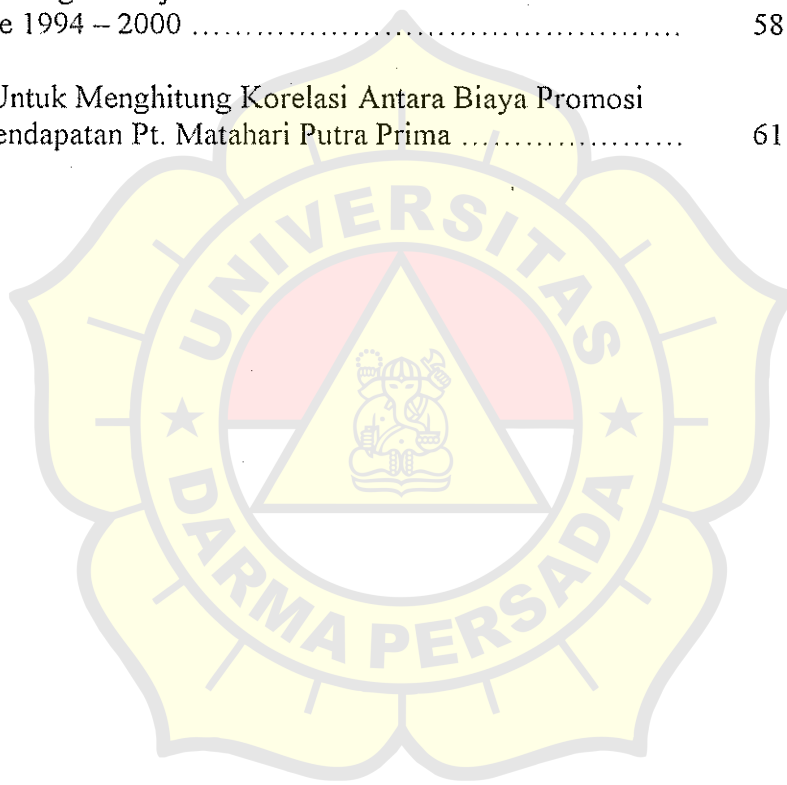
DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Ruang Lingkup dan Pembatasan Masalah	2
C. Perumusan Masalah	2
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
E. Metode Penelitian	3
F. Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian-Pengertian	7
B. Promosi Sebagai Unsur Bauran Pemasaran	12
C. Bauran Promosi dan Faktor Penentu Bauran Promosi	15
D. Faktor-Faktor Lain Yang Mempengaruhi Promosi	34

BAB III	TINJAUAN UMUM PT. MATAHARI PUTRA PRIMA	
	A. Sejarah dan Perkembangan	36
	B. Struktur Organisasi	39
	C. Aktifitas Perusahaan	41
BAB IV	ANALISA DAN PEMBAHASAN	
	A. Pelaksanaan Promosi Pada Perusahaan	44
	B. Evaluasi Pelaksanaan Promosi Yang Dijalankan Perusahaan ...	48
	C. Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Penjualan	56
	D. Permasalahan Yang Dihadapi Oleh	
	PT. Matahari Putra Prima	65
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan	67
	B. Saran-Saran	68
	DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

TABEL		Hal
Tabel IV -1	Perkembangan Biaya Promosi PT. Matahari Putra Prima Tbk Periode Tahun 1996 – 2000	57
Tabel IV-2	Perkembangan Penjualan PT. Matahari Putra Prima Tbk Periode 1994 – 2000	58
Tabel IV-3	Nilai Untuk Menghitung Korelasi Antara Biaya Promosi Dan Pendapatan Pt. Matahari Putra Prima	61



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR

Gambar III.1. Bagan Struktur Organisasi PT. Bank Negara

Indonesia Tbk 43



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.

Setiap perusahaan mempunyai tujuan yang berbeda-beda tergantung dari sifat dan jenis masing-masing perusahaan. Pada umumnya tujuan perusahaan adalah mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Selain itu juga untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi guna mendukung tujuan jangka panjang perusahaan, yaitu memaksimalkan nilai perusahaan. Agar tujuan tersebut dapat tercapai, perusahaan perlu melaksanakan segala aktifitas dengan memanfaatkan sumber-sumber yang ada dengan cara yang efektif dan efisien.

Perusahaan masa kini memberikan perhatian yang besar terhadap pemasaran khususnya dalam mengembangkan, meningkatkan dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang bersaing, mengendalikan biaya dan meningkatkan sumber daya manusia.

Pemasaran merupakan salah satu faktor yang menyebabkan keberhasilan usaha. Artinya bagaimana cara menciptakan penjualan (*selling*) tetapi dalam arti yang baru yaitu bagaimana memuaskan kebutuhan masyarakat / pelanggan. Pemasaran yang kuat akan memainkan peranan penting dalam memasuki era kegiatan ekonomi baru.

Judul skripsi ini adalah pengaruh promosi dalam meningkatkan volume penjualan pada PT. MATAHARI PUTRA PRIMA. Judul ini dipilih karena akhir-

akhir ini terjadi persaingan yang ketat di dunia pemasaran yang digeluti PT. MATAHARI PUTRA PRIMA. Persaingan yang ketat memerlukan pemikiran yang keras untuk meningkatkan penjualan dan memenangkan pangsa pasar. Dengan demikian jika pangsa pasar sudah dimenangkan maka penjualan akan meningkat dan menghasilkan laba yang maksimal.

B. Ruang Lingkup dan Pembatasan Masalah

Di dalam penulisan skripsi, penulis membatasi pada masalah pengaruh-pengaruh promosi dalam meningkatkan volume penjualan di PT. MATAHARI PUTRA PRIMA.

Dalam penelitian ini ruang lingkup yang dikaji adalah :

1. Perkembangan penjualan dari PT. MATAHARI PUTRA PRIMA.
2. Strategi promosi yang dilakukan PT. MATAHARI PUTRA PRIMA.
3. Peranan dari strategi promosi yang digunakan PT. MATAHARI PUTRA PRIMA.

C. Perumusan Masalah

Sesuai dengan judul skripsi yang dipilih dan melalui uraian dimuka maka dapat dikemukakan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Promosi yang bagaimana yang digunakan perusahaan-perusahaan atau diterapkan dalam memasarkan produk di Indonesia / Jakarta agar berhasil secara tetap guna dan berdaya guna?

2. Apakah promosi pemasaran tersebut cocok dan dapat digunakan untuk mencapai hasil yang maksimal.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

- a. Untuk mengetahui strategi promosi yang digunakan oleh perusahaan dalam memasukkan produknya selama ini.
- b. Untuk mengetahui apakah promosi yang digunakan perusahaan sudah cocok atau ideal untuk mencapai hasil yang maksimal.

2. Manfaat Penelitian

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pimpinan perusahaan dalam mengembangkan usahanya terutama yang berhubungan dengan masalah promosi.
- b. Penelitian ini merupakan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan teori-teori yang didapat selama bangku kuliah dengan kenyataan yang ada di dalam perusahaan, khususnya mengenai modal kerja. Disamping itu juga merupakan syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

E. Metode Penelitian

Dalam Penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh data-data dari hasil Riset / penelitian dengan menggunakan beberapa metode.

1. Metode Pengumpulan data

a. Riset Lapangan

Riset ini dilakukan dengan cara mengadakan penelitian langsung ke lapangan / perusahaan untuk pengumpulan data-data primer dengan cara :

1) Wawancara langsung kepada pihak yang berkepentingan atau kompeten dalam perusahaan

2) Penelitian dengan menggunakan daftar pertanyaan kepada perusahaan.

Teknik ini digunakan agar penelitian dapat terarah dan tidak memakan waktu lama.

b. Riset Kepustakaan

Riset ini dilakukan untuk memperoleh data sekunder, dengan cara mempelajari literatur yang ada hubungannya dengan judul tulisan dan permasalahan yang berkenaan dengan penyelesaian skripsi ini.

2. Metode Analisis Data

Penulis menggunakan metode analisis dengan cara :

a. Analisis Kualitatif

Yaitu dari data yang diperoleh lalu diadakan analisis dengan mendasarkan pada teori-teori yang diperoleh dan kemudian menarik kesimpulan.

b. Analisis Kuantitatif

Yaitu dari data yang diperoleh dianalisis dalam bentuk perhitungan angka-angka. Analisis yang dipakai dalam penelitian ini ialah korelasi 2 variabel dengan rumus :

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

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi dalam meningkatkan volume penjualan pada PT. MATAHARI PUTRA PRIMA.

F. Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Dalam bab ini dibahas secara umum mengenai latar belakang masalah, ruang lingkup dan pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

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 Tinjauan Umum Perusahaan

Bab ini menguraikan keadaan umum perusahaan meliputi sejarah singkat berdiri dan berkembangnya perusahaan, struktur organisasi, aktivitas perusahaan, lokasi perusahaan, pemasaran perusahaan,

kegiatan promosi yang dilakukan, hasil penjualan, biaya promosi yang dilakukan.

Bab IV Analisa dan Pembahasan

Dalam bab ini penulis menguraikan atau membahas tentang masalah pokok perusahaan ini :

1. Kebijakan promosi yang ditetapkan PT. MATAHARI PUTRA PRIMA.
2. Pengaruh mengenai peranan promosi terhadap hasil penjualan.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Bab ini merupakan bab penutup dari skripsi ini, dimana penulis akan menyimpulkan apa yang telah diuraikan pada bab-bab terdahulu. Selanjutnya penulis memberikan saran-saran yang kiranya dapat berguna bagi perusahaan pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.