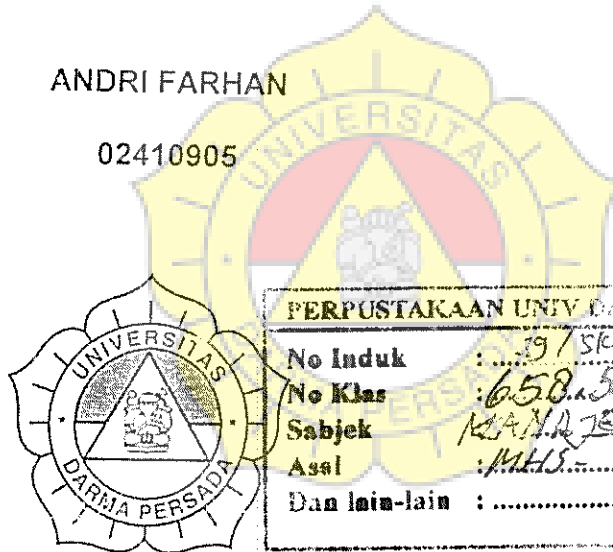


ANALISIS KEBIJAKAN PROMOSI PENJUALAN
TERHADAP HASIL PENJUALAN PRODUK
GENTENG DI PD.TRI PUTRA ABADI

Skripsi ini diajukan untuk melengkapi syarat-syarat untuk
meiengkapi gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Darma Persada

ANDRI FARHAN

02410905



PERPUSTAKAAN UNIV. DARMA PERSADA	
No Induk	: 19 / SKR - FEM / 05 - 2
No Klas	: 658.25 FAR - 2
Sabjek	: MANAJEMEN PRODUKSI
Asal	: MHS
Dan lain-lain	: 19-9-06

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2006

TIDAK BOLEH
DICOPY

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI


Nama : ANDRI FARHAN
NIM : 02410905
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul skripsi : Analisis Kebijakan Promosi Penjualan Terhadap Hasil
Penjualan Produk Genteng Di PD.Tri Putra Abadi

Telah diperiksa dan disetujui guna diajukan dihadapan Panitia Penguji
skripsi pada tanggal 28 Februari 2006

Jakarta, 28 Februari 2006

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen

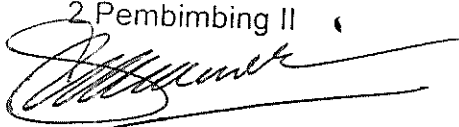

(Irsan Nova, SE, MM)

Menyetujui

1. Pembimbing I


(Dr. Suharto Rahman)

2. Pembimbing II


(Sukardi H S, SE, MM)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : ANDRI FARHAN
NIM : 02410905
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul skripsi : Analisis Kebijakan Promosi Penjualan Terhadap Hasil
Penjualan Produk Genteng Di PD.Tri Putra Abadi

Telah dikaji dan diujikan dihadapan Panitia Penguji Skripsi pada tanggal
28 Februari 2006



Panitia Penguji Skripsi

Nama	Jabatan
1 Drs.Fauzi Baisyir, MM	Ketua
2 Drs. Soeroso, MM	Anggota
3 Dr. Suharto Rahman	Anggota

Tanda Tangan

[Handwritten signatures of the three members of the Skripsi Exam Panel]

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ANDRI FARHAN

NIM : 02410905

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Judul skripsi : Analisis Kebijakan Promosi Penjualan Terhadap Hasil

Penjualan Produk Genteng Di Pd. Tri Putra Abadi

Skripsi dengan judul ANALISIS KEBIJAKAN PROMOSI PENJUALAN

TERHADAP HASIL PENJUALAN PRODUK GENTENG DI PD TRI PUTRA

ABABDI. Merupakan karya ilmiah yang saya susun dibawah bimbingan

bapak Dr. Suharto Rahman tidak merupakan jiplakan cari hasil karya orang

lain dan isinya sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis

sendiri. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jakarta, 28 Februari 2006



(ANDRI FARHAN)

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih saya panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan karya akhir ini yang merupakan salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Jakarta.

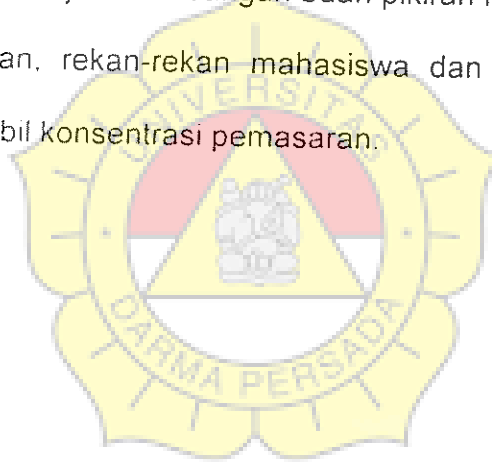
Dalam menyusun karya akhir ini, penulis mendapatkan bantuan moral maupun material dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini disampaikan dengan hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada

1. Dekan Fakultas Ekonomi yang telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan Karya Tulis Akhir (Skripsi)
2. Bapak Suharto Rahman selaku dosen pembimbing 1 yang telah rela mengorbankan waktunya untuk memberikan bimbingan, pengarahan, dan dorongan pada penulisan skripsi ini.
3. Bapak Sukardi H S. SE, MM sebagai pembimbing 2 yang telah banyak membimbing cara menulis secara teknis skripsi ini.
4. Pimpinan serta staf PD TRI PUTRA ABADI yang telah banyak membantu dalam memberikan data-data yang diperlukan.

5. Ayah, Ibu, Kakak-kakak saya yang telah memberikan dorongan serta doa sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Semua teman-teman yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Isi skripsi ini tidak luput dari kekurangan dan kesalahan. Oleh sebab itu saran dan kritik yang sepatutnya membangun dapat berguna untuk penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata , semoga Skripsi ini menjadi sumbangan buah pikiran ilmiah yang bermanfaat bagi perusahaan, rekan-rekan mahasiswa dan para pembaca khususnya yang mengambil konsentrasi pemasaran.



Jakarta, 28 Februari 2006

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Andri Farhan', written over a horizontal line.

Andri Farhan

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
ABSTRAKSI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Tujuan Penelitian.....	3
E. Manfaat Penelitian.....	4
F. Metodologi Penelitian.....	4
G. Sistematika Penelitian.....	5
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran.....	7
B. Tujuan Pemasaran.....	9
C. Pengertian dan Bauran Promosi Umum.....	11

D. Pengertian dan Tujuan Promosi Penjualan.....	14
E. Alat-alat Promosi Penjualan.....	16
F. Peranan Promosi Penjualan.....	23
G. Kegiatan Promosi Penjualan.....	25

BAB III : OBYEK UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah perusahaan.....	27
B. Produk perusahaan.....	29
C. Struktur Perusahaan.....	31

BAB IV : ANALISIS DAN PEMABAHASAN

A. Analisis Hasil penjualan.....	39
B. Pembahasan kebijakan promosi penjualan.....	45
C. Solusi Analisis.....	48

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	50
B. Saran.....	50

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



ABSTRAKSI

- (A) Andri Farhan (02410905)
- (B) Analisis Kebijakan Promosi Penjualan Terhadap Hasil Penjualan Produk Genteng di PD.TRI PUTRA ABADI
- (C) Kata kunci : Promosi penjualan, Hasil Penjualan, Biaya promosi penjualan, analisis regresi linier sederhana
- (D) Alasan dan Tujuan Penelitian. Untuk mengetahui apakah dilaksanakan secara efektif sehingga hasil penjualan akan meningkat. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh biaya promosi penjualan terhadap hasil penjualan
Metode Penelitian. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan metode penelitian kepustakaan kepustakaan PD.TRI PUTRI ABADI untuk memperoleh data-data yang diperlukan.
Hasil Penelitian. Strategi perusahaan yang dilakukan yaitu diversifikasi konglomerasi. Bentuk promosi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan adalah membrikan loyalitas pelanggan, pajangan dan demonstrasi penjualan di tempat pembelian atau showroom perusahaan. Berdasarkan analisa regresi linier sederhana antara biaya promosi penjualan terhadap hasil penjualan yaitu $y = 354.640.000.000 - 3,64x$ yang kemudian dibandingkan dengan data-data bauran promosi pada perusahaan maka hasil yang didapatkan yaitu sangat positif sekali.
Kesimpulan dan saran. Kegiatan promosi penjualan yang dilakukan oleh PD.TRI PUTRA ABADI dapat dikatakan cukup baik dalam menunjang pemasarannya. Perusahaan harus lebih giat lagi dalam melaksanakan strategi promosinya dengan efektif dan efisien
- (E) Daftar Pustaka . 11 (1987 – 2002)

Pembimbing

(Dr. Suharto Rahman)

DAFTAR TABEL

Tabel III.1.Strategi organisasi PD.TRI PUTRA ABADI.....	x
Tabel IV.1.Data hasil penjualan.....	xi
Tabel IV.2 Analisa regresi linier sederhana.....	xii
Tabel IV.2.Data Bauran Promosi.....	xiii



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya dunia usaha dewasa ini serta adanya perubahan kondisi ekonomi dan sosial yang terus menerus berubah, sehingga membuat ilmu pengetahuan pemasaran semakin penting. Keberhasilan suatu perusahaan ditentukan juga oleh kegiatan pemasaran dan hasil penjualan tersebut.

Kegiatan pemasaran sebenarnya berkembang seiring dengan kebutuhan dan keinginan manusia, sehingga usaha manusia dalam memenuhi kebutuhannya perlu memilih dengan prioritas. Setiap manusia akan selalu memenuhi kebutuhan dan keinginannya dengan menggunakan produk yang ada di pasaran pada umumnya. Karena terdapatnya beraneka ragam produk yang ada dipasar maka untuk memilih produk konsumen sangat selektif.

Saat ini orientasi perusahaan pun tidak lagi pada produksi produk yang sebanyak-banyaknya, tetapi berorientasi kepada keinginan atau selera konsumen dengan tujuan kepuasan konsumen sehingga pada akhirnya mengakibatkan kenaikan volume penjualan dan memberikan keuntungan demi keuntungan bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Umumnya setiap perusahaan memiliki tujuan yaitu dapat tetap hidup dan berkembang melalui usaha mempertahankan pasar dan meningkatkan penjualan.

Oleh karena perkembangan teknologi maka perusahaan-perusahaan dengan mudah memproduksi barang sebanyak mungkin. Keadaan ini menimbulkan persaingan yang ketat diantara para produsen sehingga diperlukan adanya usaha pemasaran yang tepat.

Untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan perlu dilakukan usaha-usaha pemasaran diantaranya adalah *sales promotion* atau promosi penjualan .

Umumnya banyak sekali kegiatan promosi penjualan diantaranya : Sampel, Kupon, Tawaran pengembalian tunai, Paket harga, Premi (hadiah), percobaan gratis, garansi produk, Promosi gabungan, Promosi silang, dan Pajangan.

Satu dekade lalu, rasio iklan terhadap promosi penjualan sekitar 60 : 40, menurut Philip Kotler (1998:257). Pengeluaran biaya promosi penjualan telah meningkat sebagai persentase dari anggaran pengeluaran tahunan selama dua dekade terakhir ini dan tingkat pertumbuhan yang cepat diharapkan berlanjut. Hal ini terjadi karena promosi diakui manajer puncak sebagai saat penjualan yang efektif.

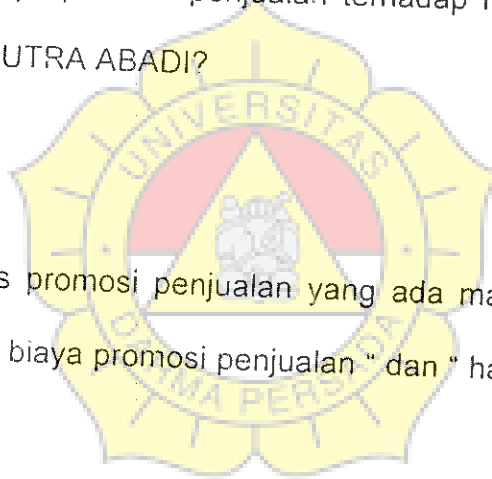
Dikarenakan banyaknya materi dalam pemasaran maka penulis membatasi materi skripsinya shanya pada biaya promosi penjualan dengan hasil penjualan saja.

Kenyataan yang menunjukkan keberadaan promosi penjualan yang demikian khas dalam mengembangkan pasar (penjualan) sangat menarik untuk ditelaah lebih jauh.

B. Perumusan masalah

Rumusan masalah yang akan dibahas dalam skripsi ini adalah :

- a. Bagaimana efektifitas kebijakan promosi penjualan yang akan dilaksanakan oleh PD.TRI PUTRA ABADI?
- b. Bagaimana pengaruh biaya promosi penjualan terhadap hasil penjualan pada PD.TRI PUTRA ABADI?



C. Batasan Masalah

Dikarenakan banyaknya jenis promosi penjualan yang ada maka penulis hanya membatasi pada " biaya promosi penjualan " dan " hasil penjualan produk genteng" saja.

D. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui apakah efektifitas kebijakan promosi penjualan yang dilakukan PD.TRI PUTRA ABADI.
- b. Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi penjualan dengan hasil penjualan pada PD.TRI PUTRA ABADI

E. Manfaat penelitian

- a. Untuk memberikan informasi kepada perusahaan yang di riset oleh peneliti mengenai promosi penjualan
- b. Untuk menambah pengetahuan mengenai pemasaran bagi penulis, pembaca maupun lainnya.

F. Metodologi penelitian

1. Jenis penelitian

Data internal skunder

Data internal skunder merupakan data yang berasal dari suatu organisasi atau perusahaan yang dapat berupa laporan-laporan penjualan, laporan keuangan, dan lain-lain.

2. Metode pengumpulan data

Riset kepustakaan (*Library research*)

Metode ini dimaksudkan untuk memperoleh landasan teoritis dari buku-buku yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini.

3. Metode analisis data

X = biaya promosi penjualan

Y = Hasil penjualan

Kofisien Regresi Linier Sederhana : $y = a + bx$

Dimana : y = data berkala (hasil penjualan)

X = waktu (tahun)

a = bilangan konstanta

b = kofisien regresi

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

$$a = \frac{\sum y - b \cdot \sum x}{n}$$

G. Sistimatika penelitian

Adapun sistematika yang akan digunakan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN. Dalam bab ini penulis menguraikan latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistimatika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI. Bab ini menguraikan pengertian dan tujuan promosi penjualan, alat-alat promosi penjualan, peranan promosi penjualan, dan kegiatan promosi penjualan

BAB III OBYEK UMUM PERUSAHAAN. Bab ini dikemukakan tentang sejarah perusahaan, struktur dan bidang usaha perusahaan.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN. Bab ini dikemukakan tentang luas wilayah promosi penjualan, sasaran konsumen,

pelaksanaan kebijakan promosi penjualan, perkembangan hasil penjualan selama 5 tahun, analisis perkembangan hasil penjualan, kebijakan promosi penjualan dan pemecahannya

BAB V PENUTUP. Bab ini dikemukakan kesimpulan masalah dan saran-saran dari hasil analisis

