

**PERANAN KEGIATAN PROMOSI DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK-PRODUK
USA KEUANGAN PADA PT. BANK NEGARA INDONESIA Tbk.**

SKRIPSI

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

Oleh

HEPPY SETIAWATI

No. Pokok : 96410021
NIRM : 963123340250012



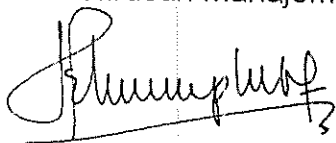
**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2001**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Heppy Setiawati
No. Pokok : 96410021
NIRM : 963123340250012
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Peranan Kegiatan Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk-Produk Jasa Keuangan Pada PT. Bank Negara Indonesia

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

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen



(Dra. Endang Tri Pujiastuti)



Jakarta, Februari 2001

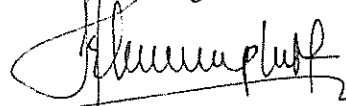
Menyetujui

1. Pembimbing Materi



(Dr. Suharto, Rachman.)

2. Pembimbing Teknis



(Dra. Endang Tri Pujiastuti)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


Nama : Heppy Setiawati
No. Pokok : 96410021
NIRM : 963123340250012
Jurusan : Manajemen
Kosentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Peranan Kegiatan Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk-Produk Jasa Keuangan PT. Bank Negara Indonesia Tbk

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



Jakarta, Februari 2001

Panitia Penguji Skripsi

Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1. DRS. SOEROSO	Ketua
2. DR. SOEHARTO RACHMAN	Anggota
3. DRS. FAUZI BAISYIA, MM	Anggota	

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

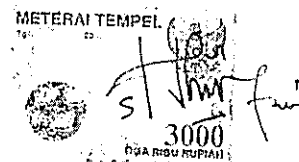
Nama : Heppy Setiawati
No. Pokok : 96410021
NIRM : 963123340250012
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul "Peranan Kegiatan Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk-Produk Jasa Keuangan Pada PT. Bank Negara Indonesia" di bawah bimbingan Drs. Suharto Rachman, 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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yang Menyatakan,



(Heppy Setiawati)

ABSTRAK

- (A) Heppy Setiawati (96410021 / 963123340250012)
- (B) “ Peranan Kegiatan Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk-produk Jasa Keuangan Pada PT. Bank Negara Indonesia Tbk”
- (C) X + 65 Halaman, Tabel, Gambar 2001
- (D) Kaca Kunci : Promosi, Volume, Penjualan, Korelasi dan Regresi.
- (E) **Alasan dan Tujuan** : Mengetahui kegiatan promosi yang dilaksanakan oleh Bank Negara Indonesia dan sejauh mana peranan promosi terhadap peningkatan volume penjualan produk-produk jasa keuangan.
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 obyek yaitu pada PT. Bank Negara Indonesia dan Pusat Referensi Pasar Modal di Jakarta.
Hasil Penelitian : Analisa korelasi antara biaya promosi dengan pendapatan Bank BNI diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan yang kuat dan positif yaitu koefisien korelasi atau $r = 0,8453$ (mendekati +1). Sedangkan analisa regresi menghasilkan regresi persamaan $Y = - 10.596 + 680,6X$ yang berarti bahwa : $a = - 10.596$; mempunyai arti apabila tidak ada pertambahan pendapatan maka biaya promosi Bank BNI yang dikeluarkan sebesar Rp. 10.596.000.000,- $b = 680,6$; mempunyai arti bahwa setiap biaya pertambahan promosi sebesar Rp. 1.000.000.-, maka akan mengakibatkan pertambahan pendapatan sebesar Rp. 680.600.000.-.
- (F) Daftar Acuan: 10 (1994 – 2000).
- (G) Ketua Jurusan.
- (H) Dosen Pembimbing Materi

(Dra. Endang Tri Pujiastuti)

(DR. Suharto Rachman)

KATA PENGANTAR

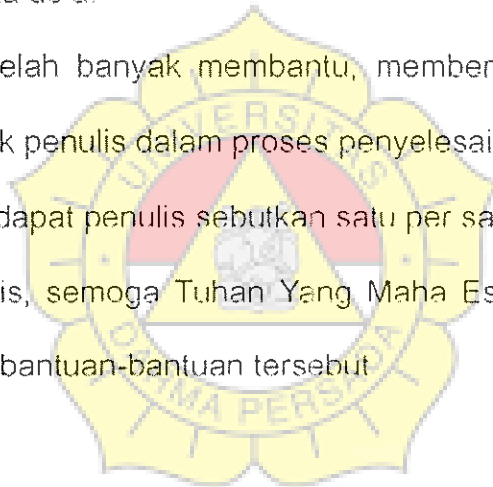
Alhamdulillah Hirobbilalamin penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan Hidayah-Nya hingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, Jakarta.

Secara keseluruhan skripsi ini menguraikan beberapa data dan informasi lainnya yang berhubungan dengan disiplin ilmu Manajemen Keuangan dari Perbankan, khususnya menyangkut pembahasan yang berkenaan dengan Peranan Kegiatan Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk-Produk Jasa Keuangan Pada PT. Bank BNI Tbk. Data-data maupun bahan-bahan penulisan, sepenuhnya penulis peroleh dari perpustakaan dan dari PT. Bank Negara Indonesia dan Pusat Referensi Pasar Modal sebagai obyek penelitian.

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

1. Bapak Brigjend. (Purn.) Drs. W.D. 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. Suharto Rachman, 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 Trie Pujiastuti, selaku dosen pembimbing teknis.
5. Yth. Pimpinan PT. Bank Negara Indonesia 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 dan kakak penulis yang telah memberikan semangat, dorongan serta do'a.
7. Ytc. Alfi Syahrin yang telah banyak membantu, memberikan dorongan semangat dan do'a untuk penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
8. Rekan-rekan yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu
Besar harapan penulis, semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan imbalan yang sepadan atas bantuan-bantuan tersebut



Jakarta, Februari 2000
Penulis

Heppy Setiawati

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. Perumusan Masalah	3
C. Maksud dan Tujuan Penelitian	4
D. Metode Penelitian	4
E. Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Promosi dan Bauran Promosi (Promotion Mix) ...	8
B. Pentingnya Promosi Bagi Bank	14
C. Hubungan Promosi dengan Penjualan	17
D. Macam-macam Promosi	19

BAB III TINJAUAN UMUM PT. BANK NEGARA INDONESIA	
A. Riwayat Singkat Perusahaan	25
B. Kegiatan Usaha Perusahaan	28
C. Struktur Organisasi Perusahaan	30
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN	
A. Produk-Produk PT. Bank Negara Indonesia Tbk	33
B. Kegiatan Promosi Yang Dilakukan PT. Bank Negara Indonesia Tbk Dalam Pemasaran Terhadap Pendapatan.....	37
C. Analisa Biaya Promosi Terhadap Pendapatan PT. Bank Negara Indonesia	44
D. Peranan Kegiatan Promosi Dalam Meningkatkan Kegiatan PT. Bank Negara Indonesia	50
E. Pembahasan Hasil Analisa Korelasi dan Regresi Antara Biaya Promosi dengan Pendapatan PT. Bank Negara Indonesia	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	61
B. Saran – Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

TABEL		Hal
Tabel IV-1	Perkembangan Alokasi Biaya Promosi PT. Bank Negara Indonesia Tbk Periode Tahun 1994 – 1998	45
Tabel IV-2	Perkembangan Pendapatan PT. Bank Negara Indonesia Tbk Periode 1994	48
Tabel IV-3	Nilai Untuk Menghitung Korelasi antara Biaya Promosi dan Pendapatan PT. Bank Negara Indonesia Tbk	52



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Hal
Gambar III.1 Bagan Struktur Organisasi PT. Bank Negara Indonesia Tbk	32



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan merupakan salah satu sektor penting dalam pembangunan. Sektor ini memungkinkan untuk menggali sumber dana masyarakat, dan menggunakannya untuk membiayai pembangunan nasional. Dalam rangka menggali sumber dana yang sangat diperlukan untuk membiayai pembangunan nasional, sektor perbankan diharapkan dapat menjadi salah satu lembaga yang mampu berperan untuk memobilisasi seluruh dana masyarakat.

Deregulasi di bidang perbankan dimulai 1 Juni 1988, dan selanjutnya Paket 27 Oktober 1988. Deregulasi Paket 27 Oktober 1988 ini lebih jauh mengatur kebijakan tentang efisiensi perbankan dan lembaga keuangan serta pengalangan dana dan mendorong laju pertumbuhan ekspor non migas. Adanya deregulasi tersebut memberikan hasil antara lain terjadinya peningkatan jumlah bank umum, bank campuran maupun bank perkreditan rakyat.

Namun, pada pertengahan tahun 1997 Indonesia mengalami krisis perekonomian dan salah satu akibatnya adalah dilikuidasinya sejumlah bank-bank umum. Hal ini mengakibatkan turunnya kepercayaan

masyarakat terhadap lembaga perbankan terutama pada bank-bank umum swasta.

Bank Negara Indonesia merupakan salah satu bank umum milik pemerintah yang berusaha untuk menghimpun dana pihak ketiga, yang kemudian disalurkan dalam bentuk kredit. Segmen pasar Bank Negara Indonesia sangat luas, dimana telah mencakup sampai ke desa-desa di seluruh Indonesia.

Meskipun demikian dalam menghadapi persaingan, Bank Negara Indonesia harus melaksanakan strategi pemasaran produk-produknya dengan cermat, karena bila tidak hal ini akan membawa pengaruh yang tidak menguntungkan bagi bank, misalnya segmen pasar secara perlahan-lahan akan bergeser ke perusahaan saingan.

Promosi adalah salah satu sarana dalam pemasaran untuk memberikan informasi kepada konsumen tentang kegunaan dan sifat barang atau jasa serta meyakinkan konsumen sehingga mereka tertarik untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Kegiatan promosi ini dimaksudkan untuk meningkatkan volume penjualan maupun untuk mempertahankan penjualan yang sudah dicapai.

Kegiatan promosi tersebut terdiri dari kegiatan periklanan, personal selling, promosi penjualan, dan publisitas. Variabel-variabel promosi ini dapat dikombinasikan untuk saling mendukung dalam suatu strategi bauran promosi. Jadi, peranan promosi penting untuk

memperkenalkan dan memberitahu kehadiran suatu produk kepada calon konsumen untuk membeli barang yang ditawarkan.

Melalui kegiatan promosi pada berbagai media diharapkan masyarakat mendapatkan informasi yang memuaskan mengenai produk-produk Bank Negara Indonesia, sehingga permintaan akan jasa keuangan ini akan meningkat. Sehubungan dengan hal tersebut, maka penulis tertarik memilih judul “ **Peranan Kegiatan Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk-Produk Jasa Keuangan Pada Bank Negara Indonesia.**”

B. Perumusan Masalah

Seperti telah kita ketahui bahwa banyak faktor yang mempengaruhi usaha suatu bank untuk meningkatkan volume penjualan produk-produk jasa keuangannya, baik dari dalam maupun dari luar perusahaan. Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis membatasi permasalahan yang diteliti pada kegiatan promosi sebagai alat untuk meningkatkan volume penjualan.

Adapun permasalahan yang akan diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah kegiatan promosi yang dilaksanakan oleh Bank Negara Indonesia?

2. Bagaimanakah peranan kegiatan promosi yang dilaksanakan oleh Bank Negara Indonesia dalam meningkatkan volume penjualan produk-produk jasa keuangannya?

C. Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kegiatan promosi yang dilaksanakan oleh PT. Bank Negara Indonesia Tbk.
2. Untuk mengetahui sejauh mana peranan promosi terhadap peningkatan pendapatan PT. Bank Negara Indonesia Tbk.

Sedangkan penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan peranan kegiatan promosi yang dilaksanakan Bank Negara Indonesia terhadap perkembangan volume penjualannya, dimana penulis mencoba mengaplikasikan teori-teori yang pernah penulis pelajari dari mata kuliah yang pernah diajarkan sehingga jelaslah keterkaitan antara teori dengan praktek untuk terwujudnya suatu kegiatan ilmiah.

D. Metode Penelitian

1. Sumber Data

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari perusahaan yang bersangkutan dengan melakukan studi lapangan (*field research*).

- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari luar perusahaan dan berkaitan dengan landasan teoritis yang dapat dijadikan sumber pendukung dalam penelitian yang diperoleh dari penelitian kepustakaan (*library research*).

2. Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi, yaitu mengamati secara langsung objek yang diteliti, dengan mengadakan penyelidikan, melihat gejala-gejala yang dapat memungkinkan tercapainya tujuan diatas.
- b. Wawancara, yaitu penulis mengadakan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang berwenang dan menjadi sumber dari pengumpulan data dengan tujuan agar data yang diperoleh benar-benar akurat dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya, sehingga memudahkan bagi penulis dalam menyusun skripsi ini.
- c. Questioner, yaitu membuat daftar pertanyaan yang tujuannya memudahkan penulis dalam pengumpulan data.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran secara singkat tentang tugas akhir ini, penulis membagi dalam 5 (lima) bab dan tiap-tiap bab terdiri dari sub-sub bab. Lebih lengkapnya adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, perumusan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas yaitu teori-teori mengenai pengertian promosi dan *promotion mix*, serta pentingnya promosi bagi bank. Dalam bab ini dikemukakan pula teori hubungan promosi dengan penjualan, serta akan diuraikan macam-macam promosi.

BAB III TINJAUAN UMUM BANK NEGARA INDONESIA

Bab ini berisikan tentang riwayat singkat perusahaan dan kegiatan usaha serta struktur organisasi perusahaan.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini mengemukakan tentang produk-produk jasa keuangan yang ada pada Bank Negara Indonesia, kegiatan promosi yang dilakukan Bank Negara Indonesia dalam penjualan produk-produknya. Dalam bab ini dikemukakan pula analisis biaya

promosi terhadap volume penjualan serta peranan kegiatan promosi dalam meningkatkan volume penjualan.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan akhir dari keseluruhan penulisan yang berisikan kesimpulan dari bab-bab sebelumnya dan penulis juga mengemukakan beberapa saran sebagai masukan bagi Bank Negara Indonesia untuk perbaikan-perbaikan dimasa mendatang.

