

**ANALISA SALES PROMOTION TERHADAP  
PENINGKATAN PENJUALAN PADA  
PT. ACRYL TEXTILE MILLS**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademik Dan  
Melengkapi Sebagian Syarat-Syarat Guna Mencapai  
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen**

**Oleh :**

**NAMA : NUNI YULIANI  
NO. POKOK : 92410013  
NIRM : 923123340250011**



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA  
1998**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Nuni Yuliani  
No. Pokok : 92410013  
NIRM : 923123340250011  
Jurusan : Manajemen  
Program Studi : Manajemen Perdagangan  
Judul Skripsi : Analisa Pengaruh Sales Promotion Terhadap Peningkatan Penjualan  
PT. Acryl Textile Mills

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dihadapan Panitia Penguji Skripsi.

Mengetahui  
Ketua Jurusan Manajemen

(Drs. Soeroso)

Jakarta, Juli 1998

Menyetujui

1. Pembimbing Materi

(Drs. Fauzi Baisyir, M.M.)

2. Pembimbing Teknis

(Drs. Soeroso)

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nuzi Yuliani  
No. Pokok : 92410013  
NIRM : 923123340250011  
Jurusan : Manajemen  
Program Studi : Manajemen Perdagangan  
Judul Skripsi : Analisa Pengaruh Sales Promotion Terhadap Peningkatan Penjualan PT. Acryl Textile Mills

Telah diujikan dihadapan Panitia Penguji Skripsi pada tanggal 30 Juli 1998.



Jakarta, Agustus 1998

### Panitia Penguji Skripsi

Nama

Jabatan

Tanda Tangan

1. H. Chalid Ismail, S.E.

Ketua

.....

2. Drs. Soeroso

Anggota

.....

3. Drs. FauziBaisyir, M.M.

Anggota

  
.....

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadapan Allah Yang Maha Pengasih dan Penyayang, berkat karunia dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan karya akhir ini yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, Jakarta.

Dalam menyusun karya akhir ini, penulis mendapatkan bantuan moril maupun materiil dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini pula, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dekan beserta seluruh staff dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi yang telah banyak membantu selama penulis menimba ilmu hingga diakhiri dengan penulisan karya akhir ini.
2. Bapak Drs. Fauzi Baisyir, M.M., selaku dosen pembimbing materi yang telah dengan rela mengorbankan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan dorongan pada penulis dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Soeroso, yang telah memberikan bimbingan teknis.
4. Bapak Hendi Widisana, staff Sales Export Department PT. ACRYL TEXTILE MILLS yang telah banyak membantu didalam memberikan data-data yang diperlukan penulis.
5. Bapak Sigit Widiatmo, staff Accounting PT. ACRYL TEXTILE MILLS yang telah

banyak membantu penulis didalam memberikan data-data yang penulis perlukan.

6. Bapak, Ibu dan adik-adik yang penulis cintai dan sayangi yang telah banyak memberikan dorongan semangat dan do'a sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Semua teman-teman yang telah banyak membantu dan memberikan dorongan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak luput dari segala kekurangan, oleh karena itu penulis akan menerima segala kritik dan saran-saran yang membangun dan akan menambah wawasan pengetahuan penulis.

Akhir kata, semoga skripsi ini menjadikan sumbangan buah pikiran ilmiah yang bermanfaat bagi perusahaan, rekan-rekan mahasiswa dan kita semua, khususnya bagi penulis dalam menghadapi tugas-tugas yang akan datang. Amin.

Jakarta, Juli 1998  
Penulis,

Nuni Yuliani

## ABSTRAK

- (A) Nuni Yuliani ( 92410013/923123340250011 )  
(B) Analisa Pengaruh Sales Promotion Terhadap Peningkatan Penjualan Pada PT. ACRYL TEXTILE MILLS  
(C) viii + 65 halaman; Tabel; 1998  
(D) Kata kunci : Sales Promotion, Anggaran Biaya Sales Promotion, Hasil Penjualan, Analisa Korelasi.

(E) *Alasan dan Tujuan Penelitian.* Untuk menunjang kelancaran penjualan diperlukan suatu alat yang sifatnya menarik perhatian dan minat konsumen agar mereka mau membeli produk yang telah dipasarkan. Oleh sebab itu dalam rangka menuruti minat pembeli, peranan sales promotion sangat menentukan. Dan apabila dalam pelaksanaan sales promotion ini tepat dan sesuai dengan apa yang telah direncanakan maka akan mempengaruhi penjualan pada periode tertentu dan diharapkan dapat mempertahankan reputasi produk dan perusahaan itu sendiri. *Metode Penelitian.* Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan metode penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan ke PT. ACRYL TEXTILE MILLS untuk memperoleh data-data yang diperlukan.

*Hasil Penelitian.* Sasaran pasar PT. ACRYL TEXTILE MILLS adalah pasar domestik dan pasar ekspor. Kegiatan sales promotion yang dilakukan oleh perusahaan adalah bertujuan untuk meningkatkan penjualan selain untuk menyaingi aktifitas promosi yang dilakukan pesaing. Adapun bentuk-bentuk dari sales promotion yang dilaksanakan perusahaan adalah pameran, pertemuan dengan para agen, rabat/potong harga serta layanan purna jual. Dan berdasarkan analisa korelasi antara biaya sales promotion dengan hasil penjualan perusahaan diperoleh hasil  $r = 0,7718$  ( $r =$  mendekati  $+1$ ), yang berarti bahwa hubungan antara biaya sales promotion dengan hasil penjualan adalah sangat kuat dan positif, yaitu naiknya biaya sales promotion akan diikuti dengan naiknya hasil penjualan, demikian sebaliknya.

*Kesimpulan dan Saran.* Kegiatan sales promotion yang dilaksanakan oleh PT. ACRYL TEXTILE MILLS dapat dikatakan telah cukup baik dalam menunjang pemasarannya. Namun demikian, perusahaan harus lebih giat lagi melaksanakan strategi sales promotion yang efisien dan efektif.

(F) Daftar Acuan : 9 ( 1986 - 1997 )

(G) Ketua Jurusan Manajemen

(Drs. Soeroso)

(H) Dosen Pembimbing Materi

(Drs. Fauzi Baisyir, M.M.)

## DAFTAR ISI

	<b>Hal</b>
TANDA PERSETUJUAN .....	i
TANDA PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK .....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL .....	viii
<b>BAB I        PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan dan Pembatasan Masalah .....	2
C. Manfaat dan Tujuan Penelitian .....	3
D. Metode Penelitian .....	4
E. Sistematika Pembahasan .....	5
<b>BAB II        LANDASAN TEORI</b>	
A. Pengertian Marketing dan Marketing Mix.....	8
B. Pengertian dan Tujuan Promosi.....	11
C. Pengertian dan Tujuan Sales Promotion.....	19
D. Metode Promosi Penjualan .....	22

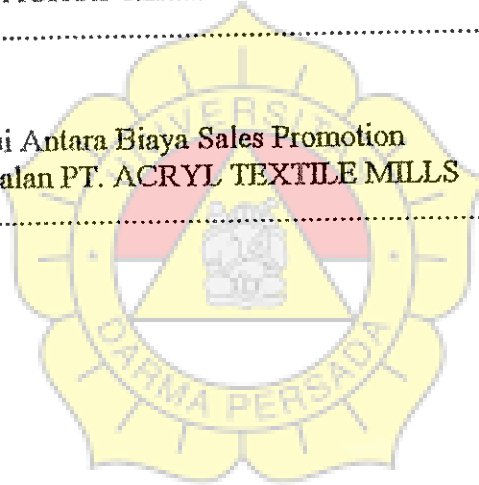
	E. Faktor-faktor Yang Menentukan Penjualan.....	28
BAB III	GAMBARAN UMUM PERUSAHAN	
	A. Sejarah Singkat dan Perkembangan Perusahaan.....	30
	B. Manajemen Struktur Organisasi .....	33
	C. Aktivitas/Bidang Usaha Perusahaan .....	41
BAB IV	ANALISA MASALAH DAN PEMBAHASAN	
	A. Luas Wilayah Pemasaran dan Sasaran Konsumen .....	46
	B. Program Sales Promotion Yang Dilakukan Perusahaan .....	48
	C. Budget Sales Promotion dan Alokasinya .....	51
	D. Perkembangan Hasil Penjualan Perusahaan.....	53
	E. Permasalahan Yang Dihadapi Perusahaan dan Pemecahannya.....	58
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan .....	61
	B. Saran-saran .....	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

TABEL		Hal
Tabel IV.1	Anggaran Sales Promotion PT. ACRYL TEXTILE MILLS Tahun 1993 - 1997 .....	52
Tabel IV.2	Hasil Penjualan PT. ACRYL TEXTILE MILLS Tahun 1993 - 1997 .....	53
Tabel IV.3	Perhitungan Korelasi Antara Biaya Sales Promotion Dengan Hasil Penjualan PT. ACRYL TEXTILE MILLS Tahun 1993 - 1997 .....	57



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Peranan marketing bagi perusahaan merupakan hal yang sangat penting. Dewasa ini perkembangan dunia usaha di Indonesia pada umumnya mengalami kemajuan yang pesat khususnya dalam bidang industri dan perdagangan sudah banyak berdiri perusahaan-perusahaan industri, baik yang menghasilkan sandang, pangan dan papan. Melihat adanya suatu kenyataan bahwa antara perusahaan-perusahaan yang sejenis maka timbullah persaingan yang kuat dalam merebut konsumen yang sama. Pada prinsipnya setiap perusahaan didalam usahanya ingin mendapatkan keuntungan dengan jalan menjual barang yang telah diproduksinya. Untuk menunjang kelancaran penjualannya diperlukan suatu alat yang sifatnya menarik perhatian dan minat konsumen agar mereka mau membeli produk yang telah dipasarkan.

Pada PT. Acryl Textile Mills yang bergerak dalam industri tekstil, pelaksanaan kegiatan penjualannya ditekankan pada promosi penjualan. Dengan bentuk promosi itulah yang banyak memberikan pengaruh pada penjualan bila dibandingkan dengan bentuk promosi yang lainnya. Oleh sebab itu dalam rangka menuruti minat pembeli, peranan sales promotion sangat menentukan. Apabila dalam pelaksanaan sales promotion itu tepat dan sesuai dengan apa yang telah direncanakan

maka akan mempengaruhi penjualan pada periode tertentu dan diharapkan dapat mempertahankan reputasi produk dan perusahaan itu sendiri.

Sehubungan disatu pihak aspek-aspek marketing sangat luas sedangkan dilain pihak kemampuan penulis terbatas maka dalam penyusunan skripsi ini penulis membuat penelitian untuk penulisan skripsi dengan judul “ANALISA PENGARUH SALES PROMOTION TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN P.T. ACRYL TEXTILE MILLS”.

#### **B. Perumusan dan Pembatasan Masalah**

Peranan sales promotion dalam meningkatkan penjualan pada PT.Acryl Textile Mills adalah suatu terobosan guna meningkatkan produk-produk yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut, dengan itu PT. Acryl Textile Mills tidak hanya mengeluarkan satu produk saja tetapi menciptakan dua produk yaitu benang tenun dan tekstil.

Bertitik tolak dari banyaknya produk PT. Acyl Textile Mills dan ketatnya persaingan dewasa ini maka perusahaan dihadapkan pada masalah persaingan pemasaran produk tekstil. Hal ini dapat mempengaruhi tingkat penjualan dan potensi pasar perusahaan.

Oleh karena itu permasalahan yang akan dibahas dalam skripsi dapat dirumuskan sebagai berikut :

*“Sejauh mana peranan sales promotion dalam meningkatkan volume penjualan atau sejauh mana pengaruh sales promotion terhadap penjualan yang dicapai oleh perusahaan ?”*

### C. Manfaat dan Tujuan Penelitian

Adapun manfaat penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah :

1. Bagi perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat membantu dalam menerapkan kebijakan marketing khususnya dibidang sales promotion agar dapat lebih efektif dan efisien dalam pelaksanaannya.
2. Bagi penulis, penelitian ini merupakan sarana untuk menerapkan pengetahuan teoritis yang diperoleh dari bangku kuliah ke dalam situasi praktek yang nyata pada perusahaan.
3. Bagi universitas, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi bagi mahasiswa yang ingin mempelajari masalah-masalah pemasaran, terutama mengenai kegiatan sales promotion.
4. Bagi masyarakat umum, dengan adanya penelitian ini diharapkan secara langsung maupun tidak langsung akan dapat mengetahui dari penulis mengenai peranan sales promotion dalam meningkatkan jumlah penjualan.

Adapun tujuan penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah :

1. Untuk mengetahui kegiatan sales promotion yang dilaksanakan oleh perusahaan.

2. Untuk mengetahui peranan dari kegiatan sales promotion tersebut dalam meningkatkan jumlah penjualan perusahaan.

#### D. Metode Penelitian

Tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengungkapkan peranan sales promotion produk terhadap penjualan di PT. Acryl Textile Mills, penulis mencoba mengaplikasikan teori-teori yang pernah penulis dapat dari mata kuliah yang diajarkan. Sehingga jelaslah adanya saling keterkaitan antara teori dengan praktek lapangan, yang satu dengan yang lainnya untuk terwujudnya suatu kegiatan ilmiah.

Penelitian memegang peranan penting dalam membantu untuk memperoleh pengetahuan baru, memperoleh jawaban atas pertanyaan dan memberikan pemecahan atas satu permasalahan. Dengan demikian metode penelitian adalah cara kerja untuk memahami objek yang menjadi sasaran kegiatan pengumpulan, pengolahan, penyajian dan analisa data yang dilakukan dengan metode ilmiah secara efisien dan sistematis.

Metode-metode yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut :

##### 1. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan jalan membaca buku, majalah, brosur-brosur yang berhubungan dengan bidang yang akan dibahas disamping literatur yang ada, ditambah dengan bahan kuliah yang pernah penulis peroleh selama menjadi mahasiswa ekonomi pada Universitas Dharma Persada berhubungan dengan masalah yang akan dibahas.

## 2. Riset Lapangan (*Field Research*)

Dalam mengadakan riset lapangan pada PT. Acryl Textile Mills, penulis mengumpulkan data dengan mencari sumber informasi melalui data yang ada hubungannya dengan materi yang dibahas dengan jalan :

### a. Interview ( wawancara )

Penulis mengadakan wawancara langsung dengan pejabat perusahaan khususnya dibidang pemasaran PT. Acryl Textile Mills yang dapat memberikan informasi yang berhubungan dengan data yang diperlukan.

### b. Observasi ( pengamatan langsung )

Untuk mengecek jawaban dari responden yang ada maka penulis mengadakan pengamatan langsung dan juga mengajukan daftar pertanyaan secara tertulis.

Observasi ini berguna untuk menambah data yang belum diperoleh dari perusahaan didalam menarik minat konsumen melalui kegiatan sales promotion tersebut.

## E. Sistematika Pembahasan

Didalam membuat suatu pembentukan penulisan harus merupakan realisasi daripada suatu karya ilmiah yaitu dengan cara mengelompokkan dari uraian-uraian. Dimana kelompok uraian-uraian yang satu dengan yang lain mempunyai hubungan dan merupakan satu rangkaian yang tak boleh dipisahkan.

Adapun sistematika daripada keseluruhan uraian tersebut adalah penulis susun

sebagai berikut :

## BAB I PENDAHULUAN

Merupakan ringkasan daripada keseluruhan yang terdiri dari latar belakang masalah, perumusan dan perbatasan masalah, manfaat dan tujuan penulisan, metode penulisan dan juga penulis uraikan secara singkat mengenai sistematika pembahasan skripsi.

## BAB II LANDASAN TEORI

Dalam hal ini dikemukakan teori-teori tentang pengertian marketing dan marketing mix, pengertian dan fungsi promosi, pengertian dan fungsi sales promotion. Dalam bab ini juga akan dikemukakan teori-teori mengenai faktor-faktor yang menentukan penjualan..

## BAB III TINJAUAN UMUM PADA PT. ACRYL TEXTILE MILLS

Dalam bab ini menguraikan mengenai riwayat singkat dan perkembangan perusahaan, disamping itu diuraikan pula manajemen dan struktur organisasi serta aktivitas/bidang usaha perusahaan.

## BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN

Disini dijelaskan mengenai luas wilayah pemasaran dan sasaran

konsumen, program sales promotion yang dilaksanakan PT. Acryl Textile Mills, serta budget sales promotion dan alokasinya, perkembangan hasil penjualan perusahaan. Dalam bab ini juga akan dibahas mengenai permasalahan dalam pelaksanaan sales promotion dan cara penanggulangannya.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini yang merupakan bagian penutup dari skripsi memuat uraian tentang kesimpulan dari hasil pembahasan dan saran-saran penulis yang kiranya dapat bermanfaat bagi perusahaan.

