



**PERANAN PROMOSI AKI YUASA TERHADAP
PENINGKATAN PENDAPATAN DI
P.T. SANTI YOGA JAKARTA**

SKRIPSI

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

OLEH:

**NAMA : RUDYANTO ADINUGROHO
No. Pokok : 89420011
N.I.R.M. : 893123340250008**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
1995**

NALAR ARIF BAKTIKU BANGSA



NALAR ARIF BAKTIKU BANGSA

ABSTRAK

- (A) Rudyanto Adinugroho (89420011/893123340250008)
- (B) Peranan Promosi Aki Yuasa Terhadap Peningkatan Pendapatan pada P.T. SANTI YOGA.
- (C) vii + 1 - 77 hal. ; 1995 ; tabel 15 buah ; lampiran 5 hal.
- (D) Kata Kunci : Bila Promosi yang dilakukan efisien maka akan mengakibatkan pendapatan perusahaan meningkat.
- (E) Alasan dan Tujuan skripsi ini adalah, belum adanya penelitian tentang seberapa besar pengaruh promosi terhadap peningkatan pendapatan perusahaan.

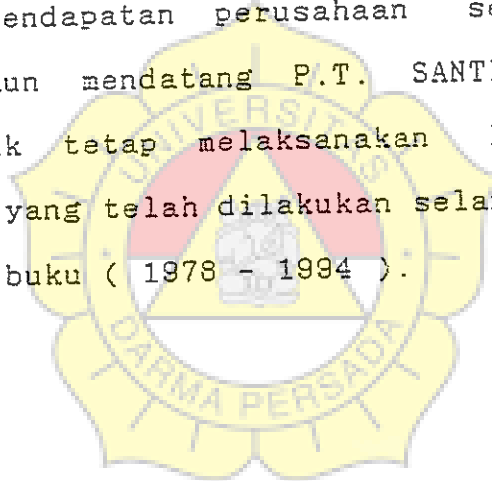
Metode penelitian dalam skripsi ini menggunakan metode kepustakaan, dengan maksud untuk mendapatkan landasan teori, selain itu juga mengadakan riset langsung ke perusahaan untuk mengumpulkan data-data yang berhubungan dengan obyek penelitian.

Hasil penelitiannya ialah, bila perusahaan melakukan kegiatan periklanan, maka akan menaikkan penjualan sebesar Rp 25,178. dan

bila melaksanakan promosi penjualan akan menaikkan pendapatan sebesar Rp 32,968. dan jika tidak melakukan kegiatan promosi, maka akan menyebabkan penurunan sebesar Rp 4.302,890. dan juga terdapat hubungan antara promosi dengan peningkatan pendapatan sebesar 90%.

Kesimpulan dan saran, promosi yang dilakukan oleh P.T. SANTI YOGA sudah efisien, sehingga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan sedangkan untuk tahun-tahun mendatang P.T. SANTI YOGA diharapkan untuk tetap melaksanakan kegiatan promosi seperti yang telah dilakukan selama ini.

(F) Daftar acuan 11 buku (1978 - 1994).



Mengetahui

An. Dekan Fak. Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen

(Drs. Victor Senobua)

Dosen Pembimbing Materi

(Drs. Hamid Alqadri. Ms.Tr.)



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL SKRIPSI : PERANAN PROMOSI AKI YUASA TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN DI P.T.SANTI YOGA JAKARTA.

DIPERSIAPKAN DAN DISUSUN OLEH :

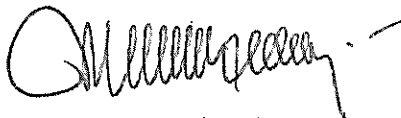
Nama : Rudyanto Adinugroho
No Pokok : 89420011
NIRM : 893123340250008
Jurusan : Manajemen
Bidang studi : Manajemen Perdagangan


Telah diperiksa dan disetujui, untuk diujikan di hadapan Panitia Penguji Skripsi.

Jakarta, Agustus 1995

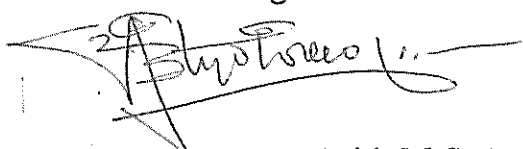
Mengetahui,
a/n Dekan Fakultas Ekonomi
Ketua Jurusan Manajemen

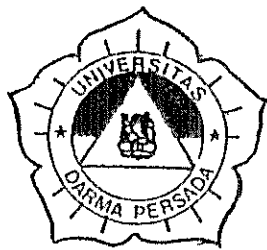
Menyetujui,
1. Pembimbing Materi


(Drs. Victor Senobua)


(Drs.H. Hamid Alqadri, Ms.Tr)

2. Pembimbing Teknis


(Setyo Utomo Said, M.Sc.)



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL SKRIPSI : PERANAN PROMOSI AKI YUASA TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN DI P.T. SANTI YOGA JAKARTA.

DIPERSIAPKAN DAN DISUSUN OLEH :

Nama : Rudyanto Adinugroho
No Pokok : 89420011
NIRM : 893123340250008
Jurusan : Manajemen
Bidang studi : Manajemen Perdagangan

Telah diujikan di depan Panitia Penguji Skripsi pada tanggal 30 Agustus 1995.

PANITIA PENGUJI SKRIPSI:

<u>NAMA</u>	<u>JABATAN</u>	<u>TANDA TANGAN</u>
1. H. Chalid Ismail, SE	KETUA	
2. Drs. H. Hamid Alqadri, Ms, Tr	ANGGOTA	
3. Drs. Moeljadi Suthoyo	ANGGOTA	

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul " PERANAN PROMOSI AKI YUASA TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN DI P.T. SANTI YOGA " , yang merupakan sebagian dari syarat-syarat untuk menempuh Ujian Program Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi, jurusan Manajemen pada Universitas Darma Persada Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapat bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orangtua penulis yang telah banyak membantu baik secara moril maupun materiil.
2. Bapak Dahlan Sutralaksana, Dekan fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada periode 1989-1995.
3. Bapak Drs. Sartono, Dekan fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
4. Bapak Drs. H.Hamid Alqadri, Ms.Tr, selaku pembimbing materi yang sangat membantu penulis dalam penulisan

skripsi ini.

5. Bapak Setyo Utomo Said, M.sc., selaku pembimbing teknis.
6. Bapak Drs. Victor Senobua, selaku ketua jurusan manajemen.
7. Rekan-rekan yang telah turut membantu hingga tersusunnya skripsi ini.

Semoga segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis, akan mendapat balasan yang sesuai dari ALLAH SWT.

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Amien.

Jakarta, Agustus 1995

Penulis

RUDYANTO ADINUGROHO

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
BAB I. PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang Masalah	2
B.Permasalahan	4
C.Tujuan	5
D.Hipotesa	5
E.Asumsi	6
F.Metode Penelitian	6
G.Ruang Lingkup	10
H.Sistimatika Pembahasan	11
BAB II. LANDASAN TEORI	15
A.Kerangka Pemikiran	15
1.Promosi	15
2.Pendapatan Perusahaan	24
B.Alat Analisis yang digunakan	25

BAB III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	35
A. Sejarah Ringkas dan Perkembangan Perusahaan	35
B. Struktur Organisasi	39
C. Jenis Produk yang dipasarkan	41
D. Jumlah Biaya Promosi dan Hasil Pendapatan	45
 BAB IV. PEMBAHASAN	 50
A. Perkembangan Pendapatan	50
B. Perkembangan Biaya Promosi	54
C. Perkiraan Perkembangan Pendapatan dan Promosi	63
D. Pengaruh Promosi Terhadap Pendapatan..	64
E. Perhitungan	71
 BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	 79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL III.1 (Jenis Aki Mobil Yuasa)	42
TABEL III.2 (Harga dari Aki Mobil)	43
TABEL III.3 (Jenis Aki Sepeda Motor)	44
TABEL III.4 (Harga Aki Sepeda Motor)	45
TABEL III.5 (Jumlah Biaya Promosi yang dikeluarkan).....	47
TABEL III.6 (Jumlah Pendapatan)	48
TABEL IV.1 (Persentase kenaikan Pendapatan Aki Yuasa)	50
TABEL IV.2 (Perhitungan Analisis Trend)	51
TABEL IV.3 (Perkiraan Pendapatan P.T. SANTI YOGA	53
TABEL IV.4 (Jumlah Biaya Promosi yang dikeluarkan)	54
TABEL IV.5 (Tabel Analisis Trend)	56
TABEL IV.6 (Tabel Analisis Trend)	58
TABEL IV.7 (Perkiraan Biaya Promosi Aki Yuasa di P.T. SANTI YOGA	60

TABEL IV.8	(Persentase Biaya Promosi terhadap Pendapatan	61
TABEL IV.9	(Perkiraan Pendapatan dan Promosi	63



BAB I
P E N D A H U L U A N

A. Latar Belakang Masalah

Investasi yang dilakukan dibidang otomotif, berupa kendaraan roda dua, kendaraan roda empat dan lebih, tidak hanya dilakukan oleh satu perusahaan, tetapi juga dibuat oleh perusahaan lain, seperti kaca, kursi, ban, lampu, cat, pelek, aki dan lain-lain.

Hal ini dikarenakan, biaya investasi yang besar, juga membutuhkan tenaga kerja yang banyak, lokasi dan fasilitas yang besar, jika dilakukan hanya oleh satu perusahaan menjadi tidak efisien.

Khusus aki, mempunyai fungsi untuk memberikan pasokan listrik bagi kendaraan. Selain digunakan untuk kendaraan roda dua dan kendaraan roda empat, aki juga digunakan untuk kebutuhan lain. Seperti dipakai untuk lampu darurat, untuk menyalakan teve di daerah yang belum ada listriknya, dan lain-lain.

Para produsen aki di Indonesia perlu mendapat perhatian yang serius karena tidak semuanya dapat memproduksi aki dengan kualitas yang baik dan mampu mengatasi setiap persoalan yang timbul di dalam perusahaan dan masyarakat.

Dari sekian banyak produsen aki di Indonesia yang keberadaannya banyak digunakan oleh industri otomotif dan dikenal luas oleh masyarakat adalah aki Yuasa, GS, NS, Varta dan lain-lain. Adapun dalam penelitian ini aki yang dipilih untuk diteliti yaitu aki Yuasa.

Aki Yuasa di produksi oleh P.T. YUASA BATTERY INDONESIA yang berkedudukan di Tangerang. Dan pemasarannya dilakukan oleh agen tunggalnya yaitu P.T. SANTI YOGA.

Perusahaan ini memasarkan aki Yuasa kepada industri otomotif dan kepada masyarakat luas, dimana industri otomotif dan masyarakat luas dalam menentukan pilihan untuk menggunakan aki dihadapkan pada berbagai macam pilihan merek aki yang bersaing dengan produk yang dipasarkan oleh P.T. SANTI YOGA.

Masyarakat dalam memperoleh aki di pasar, kadang-kadang mendapat aki yang mempunyai kualitas yang baik dan sering pula mendapatkan aki berkualitas kurang baik. Hal ini disebabkan masyarakat kurang mendapatkan informasi tentang aki mana yang berkualitas baik dan aki mana yang berkualitas kurang baik. Aki yang berkualitas baik mempunyai harga yang mahal dan aki yang berkualitas kurang baik mempunyai harga yang murah. Namun ada aki yang berkualitas kurang baik tapi laku di pasar, hal itu dapat terjadi karena gencarnya promosi yang dilakukan.

Dalam menghadapi masalah pasar tersebut, untuk itu perusahaan sangat memperhatikan mengenai promosi. Promosi sendiri berarti alat untuk menginformasikan atau memperkenalkan suatu barang kepada konsumen dan dapat pula digunakan untuk memberikan citra yang baik pada suatu barang di mata konsumen, dengan tujuan agar konsumen berminat untuk membeli barang yang dipromosikan.¹

Dengan strategi dan kebijaksanaan promosi yang baik, efektif dan efisien perusahaan dapat mengharapkan besarnya pendapatan dapat dipertahankan dan akan lebih baik jika besarnya pendapatan dapat dinaikan.

Promosi pada dasarnya merupakan salah satu bagian dari pemasaran. Bagian lain yaitu, produk, harga dan saluran distribusi. Yang semuanya harus saling berkaitan dan berinteraksi dalam satu sistem. Sebagai contoh, dalam penentuan harga juga mempengaruhi promosi dan saluran distribusi, yang akhirnya juga mempengaruhi pendapatan.

Maka dapat di mengerti, bahwa peranan promosi sangat di perlukan untuk mencapai target pemasaran dan pendapatan. Oleh karena itu, P.T. SANTI YOGA dalam

¹Philip Kotler, Manajemen Pemasaran. Jakarta, Erlangga, 1991, hal. 101.

memasarkan produk tidak hanya memperhatikan kualitas yang baik saja, tapi juga memperhatikan strategi dan kebijaksanaan promosi yang tepat. Sebagai contoh promosi yang dilakukan oleh P.T. SANTI YOGA adalah melalui papan reklame, undian, iklan di majalah dan lain-lain.

Dari upaya promosi yang dilakukan oleh P.T. SANTI YOGA dimana terlihat pada tahun 1987, biaya promosi yang dikeluarkan sebesar Rp 606.540.000,-, dan mendapatkan pendapatan sebesar Rp 12.948.000.000,- dan pada tahun 1994 biaya promosi yang dikeluarkan sebesar Rp 1.308.450.000,- dan mendapatkan pendapatan sebesar Rp 37.200.000.000,-. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kenaikan jumlah pendapatan perusahaan akibat kegiatan promosi, maka dalam skripsi ini akan dianalisis.

Sehubungan dengan masalah tersebut di atas, maka penelitian ini mencoba menganalisis seberapa besar pengaruh promosi dalam meningkatkan pendapatan perusahaan.

B. PERMASALAHAN.

Pokok masalah yang menjadi sasaran penelitian untuk menyusun skripsi ini adalah :

" Bahwa belum ada penelitian yang dilakukan untuk mengetahui efektifitas kegiatan promosi di P.T. SANTI YOGA, sehingga belum diketahui berapa besar

pengaruhnya terhadap penjualan."

C. T U J U A N

Sebelum penulis melangkah kepada pembahasan selanjutnya, ada baiknya terlebih dahulu penulis akan mengemukakan tentang tujuan penelitian dalam rangka penulisan skripsi ini. Adapun tujuan penelitian yaitu:

1. Syarat untuk menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi di Universitas Darma Persada.
2. Sebagai bahan masukan bagi pimpinan P.T. SANTI YOGA dalam menentukan kebijaksanaan perusahaan pada masa yang akan datang pada bidang promosi untuk meningkatkan pendapatan.

D. H I P O T E S A

Menurut kutipan dari Webster's Dictionary , hipotesa berbunyi sebagai berikut :

Hypothesis a supposition used as a basis from which to draw conclution (hipotesa adalah dugaan atau perkiraan yang digunakan sebagai dasar untuk menyamakan kesimpulan)."

Sehingga di dalam penelitian ini, hipotesa yang dinyatakan sebagai berikut :

"Bila dilakukan penelitian yang dapat mengetahui

efektifitas kegiatan promosi di P.T. SANTI YOGA, maka akan diketahui besarnya pengaruh promosi terhadap pendapatan".

E. A S U M S I

Kegiatan penelitian pada P.T. SANTI YOGA tentang pengaruh promosi terhadap peningkatan pendapatan dapat dilakukan bila semua data yang akan diteliti tersedia dan kegiatan promosi memang dilakukan di P.T. SANTI YOGA.

F. METODE PENELITIAN

Di dalam membahas serta menyelesaikan skripsi ini, penulis berpedoman pada data pengamatan penelitian yang diambil secara langsung dari obyek penelitian. Promosi yang efisien dan efektif mempengaruhi peningkatan jumlah pendapatan. Jadi disini penulis akan membandingkan antara praktek dan teori-teorinya, maka untuk hal tersebut, penulis mengumpulkan data dengan cara melakukan riset / penelitian dengan menggunakan beberapa metode :

1. Metode Pengumpulan data :

a. Riset Lapangan (Field Research)

Riset ini dilakukan dengan jalan mengadakan

penelitian langsung terhadap perusahaan untuk memperoleh data primer dari perusahaan tersebut sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1) Wawancara (interview) sebagai suatu metode pengumpulan data dengan jalan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak - pihak yang berkepentingan atau kompeten dalam perusahaan.
- 2) Menyusun daftar pertanyaan (questionnaire), yaitu cara mengumpulkan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada perusahaan. Teknik ini digunakan agar penyelidikan dapat terarah dan tidak memakan waktu lama. Dengan memberikan daftar pertanyaan sebelum mengadakan penelitian, kita akan memperoleh data yang telah disiapkan terlebih dahulu pada waktu mengadakan penelitian, sehingga memudahkan untuk diolah.

b. Riset Kepustakaan (Library Research)

Riset ini dilakukan untuk memperoleh data sekunder dengan cara mempelajari buku-buku wajib (text

books) yang ada hubungannya dengan masalah perumusan yang menyangkut dengan kegiatan promosi, serta mempelajari buku-buku pelengkap (reference) seperti surat kabar, catatan kuliah, artikel di majalah dan lain-lain.

2. Metode Analisa Data :

Menurut Anto Dajan² ada dua macam data yang dapat diteliti, yaitu data kuantitatif dan data kualitatif. Adapun definisi dari data-data tersebut yaitu:

1. Data kuantitatif, yaitu: serangkaian observasi atau pengukuran yang dapat dinyatakan dalam angka-angka.
2. Data kualitatif, yaitu: serangkaian observasi dimana tiap observasi yang terdapat dalam sampel (populasi) tergolong pada salah satu dari pada kelas-kelas yang eksklusif secara bersama-sama (mutually exclusive) dan yang kemungkinannya tidak dapat dikatakan dalam angka.

Adapun dalam penelitian ini data yang dipakai adalah data Kuantitatif karena data kualitatif dalam pelaksanaannya membutuhkan biaya yang besar dan waktu

² Anto Dajan, Pengantar Metode Statistik jilid I. Jakarta, LP3ES 1978, hal. 15.

yang lama.

Setelah mengetahui jenis data yang akan dipakai, maka dapat ditentukan metode analisisnya, yaitu metode analisis kuantitatif. Analisis yang dipakai dalam penelitian ini adalah :

- 1) Analisis trend, yaitu digunakan untuk meramalkan jumlah pendapatan diwaktu yang akan datang.
- 2) Analisis regresi berganda, di gunakan untuk menguji pengaruh biaya promosi (X) sebagai variabel bebas terhadap pendapatan (Y) sebagai variabel tidak bebas.
- 3) Analisis Korelasi dalam Regresi berganda (R), yaitu analisis yang menentukan kuat tidaknya hubungan antara beberapa variabel, yaitu antara pendapatan (Y) variabel tidak bebas dengan promosi (X) variabel bebas.
- 4) Analisis Koefisien Determinasi, yaitu test antara promosi dengan pendapatan, yang gunannya adalah untuk mengetahui seberapa besar perubahan hasil penjualan yang disebabkan oleh adanya kegiatan promosi.
- 4) Pengujian Parameter persamaan Regresi secara bersama terhadap hasil penjualan.

G. RUANG LINGKUP

Penelitian dan pembahasan skripsi ini hanya mencakup pokok-pokok sebagai berikut :

1. Strategi promosi yang dilakukan oleh P.T. SANTI YOGA.

Jenis-jenis promosi yang akan diteliti yaitu :

- a. periklanan (advertising) yaitu: usaha mempengaruhi konsumen dalam bentuk tulisan, gambar, suara atau kombinasi dari semua itu yang diarahkan kepada masyarakat secara luas dan secara tidak langsung.³
- b. Promosi penjualan (Sales Promotion), yaitu : merupakan suatu insentif jangka pendek untuk merangsang pembelian atas suatu produk atau jasa.⁴
- c. Pejualan pribadi (Personal Selling), yaitu suatu proses penjualan yang dilaksanakan melalui percakapan secara lisan pada satu atau beberapa calon pembeli dengan tujuan untuk melakukan suatu penjualan.⁵
- d. Publikasi (Publicity) yaitu dorongan yang sifatnya tidak pribadi terhadap permintaan suatu

Philip Kotler, Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan dan Pengendalian, edisi V, jilid 2, Jakarta, Erlangga, 1991, hal. 237.

ibid, hal. 237.

ibid, hal. 237

barang, jasa atau suatu unit usaha dengan memasang berita-berita yang sifatnya komersial di dalam media penerbitan atau dengan menyajikan yang menguntungkan di dalam media radio, televisi atau panggung yang tidak dibayar oleh perusahaan sponsor.⁶

2. Mengadakan penelitian tentang pendapatan di P.T. SANTI YOGA yang dikaitkan dengan pelaksanaan promosi.

H. SISTIMATIKA PEMBAHASAN.

Dalam usaha memberikan gambaran singkat mengenai isi dari skripsi ini, maka penulis membuat sistematika pembahasan skripsi. Atas dasar pertimbangan yang disesuaikan dengan judul, maka penulis menguraikan secara garis besar mengenai isi dari skripsi ini, adalah sebagai berikut :

BAB I : Dalam bab ini menjelaskan uraian tentang latar belakang permasalahan , perumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesa, asumsi, metode penelitian ,

ruang lingkup , dan sistematika pembahasan.

BAB II : Pada bagian pertama disini akan dibahas pengertian tentang variabel dari promosi dan pengertian tentang pendapatan perusahaan. Pada bagian dua akan dibahas alat analisis yang digunakan.

BAB III : Dalam bab ini akan dijelaskan tentang gambaran umum perusahaan, meliputi sejarah dan perkembangan singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan, jenis produk yang dihasilkan, jumlah biaya promosi dan jumlah pendapatan perusahaan.

BAB IV : Bab ini merupakan inti dari penyusunan skripsi karena dalam bab ini akan dibahas perkembangan pendapatan pada P.T. SANTI YOGA, perkembangan biaya promosi pada P.T. SANTI YOGA dan membuat peramalan pendapatan di masa yang akan datang dan membahas pengaruh biaya promosi terhadap

pendapatan yang didalamnya mencakup analisis peranan promosi terhadap peningkatan jumlah pendapatan perusahaan.

Bab V : Setelah melakukan penelitian dan melakukan analisis yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya maka dalam bab ini dapat dibuat kesimpulan dari penelitian ini. Dan berdasarkan data dan hasil analisis ini pula peneliti mencoba memberikan saran-saran yang mungkin berguna bagi perusahaan pada masa yang akan datang.

