

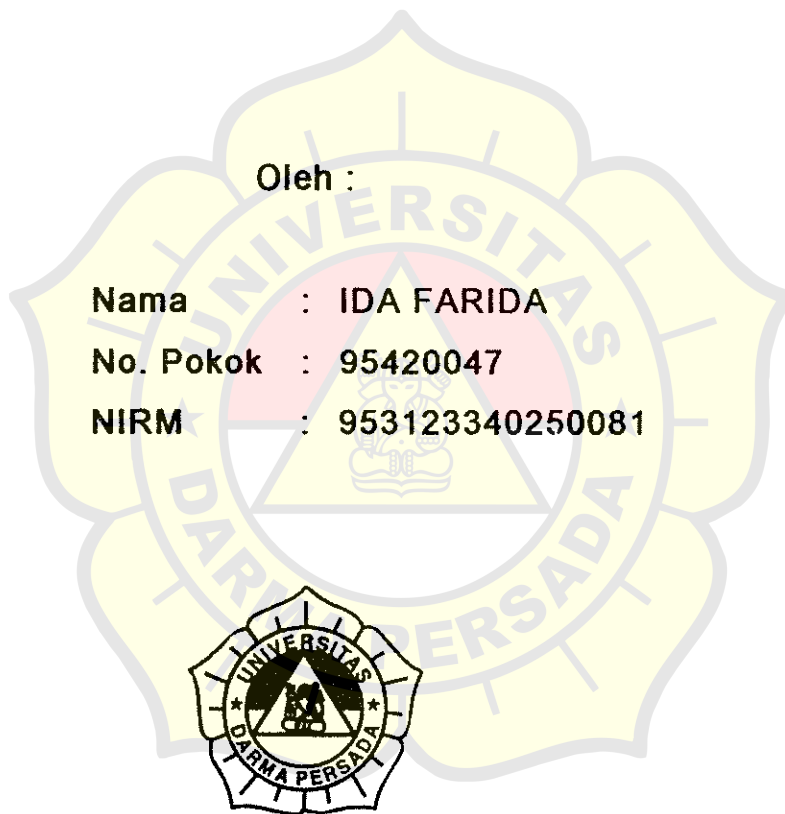
**HUBUNGAN PELAKSANAAN PROMOSI TERHADAP
PERKEMBANGAN PENJUALAN FURNITURE
PADA PD. BUDI KARYA FURNITURE**

SKRIPSI

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

Oleh :

**Nama : IDA FARIDA
No. Pokok : 95420047
NIRM : 953123340250081**



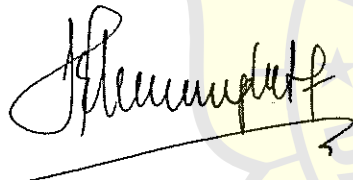
**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
1999**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ida Farida
No.Pokok : 95420047
NIRM : 953123340250081
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Hubungan Pelaksanaan Promosi Terhadap
Perkembangan penjualan Furniture Pada PD.Budi Karya
Furniture di Jakarta.

Telah diperiksa dan disetujui, untuk diajukan dan diujikan dihadapan panitia
penguji skripsi.

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen



(Dra. Endang Tri Pujiastuti)

Jakarta, 26 juli 1999

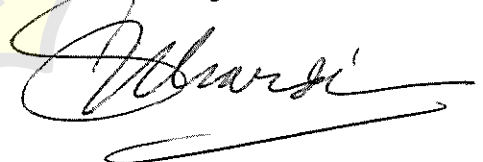
Menyetujui

1.Pembimbing Materi



(Dr. Suharto Rahman)

2.Pembimbing teknis



(Sukardi, S.E.)

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ida Farida
No. Pokok : 95420047
NIRM : 953123340250081
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Judul Skripsi : Hubungan Pelaksanaan Promosi Terhadap Perkembangan Penjualan Furniture Pada PD. Budi Karya Furniture.

Telah diujikan dihadapan Panitia Penguji Skripsi pada tanggal

Jakarta, Agustus 1999

Panitia Penguji Skripsi

Nama

Jabatan

Tanda Tangan

1. Drs. Fauzi Baizir MM Ketua

2. Dr. Suharto Rahman Anggota

3. Drs. Suroso Anggota

LEMBAR PERNYATAAN

Yang Bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ida Farida
NIM : 95420047
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen

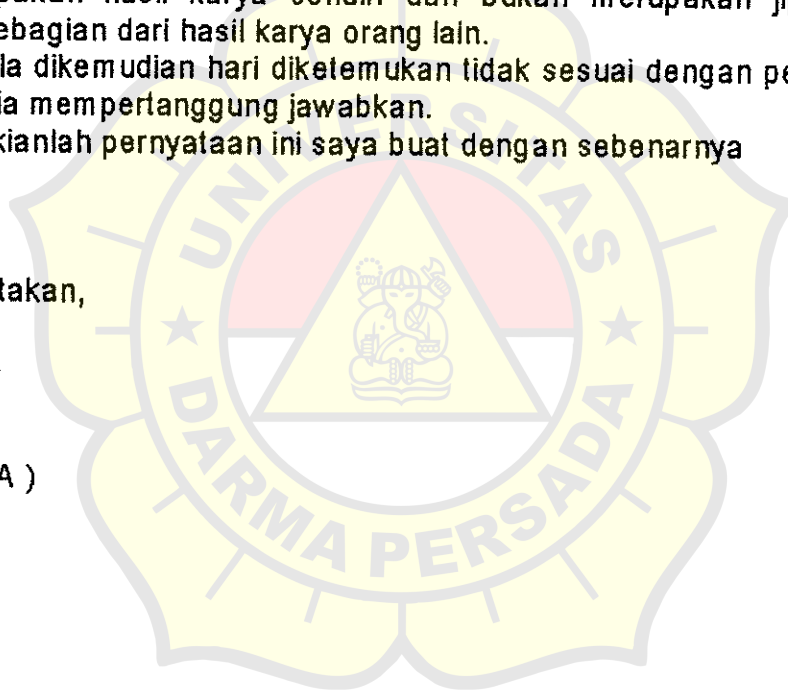
Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul : “ **Hubungan Pelaksanaan Promosi Terhadap Perkembangan Penjualan Furniture Pada PD. Budi Karya Furniture** ” dibawah bimbingan DR. Suharto Rahman adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan atau mengcopy sebagian dari hasil karya orang lain.

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Yang Menyatakan,

(IDA FARIDA)



KATA PENGANTAR

Atas berkat rahmat Allah Yang Maha Kuasa dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, Jakarta.

Mengingat kemampuan dan pengalaman penulis yang terbatas, penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat menghargai saran-saran dan kritik-kritik yang sifatnya membangun atas karya akhir ini.

Sejak awal sampai akhir penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. W.D. Sukisman, selaku Rektor Universitas Darma Persada, beserta staff dan para dosen yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan selama penulis mengikuti kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, Jakarta.
2. Bapak DR.Suharto Rahman, selaku dosen pembimbing materi yang dengan segala kesabaran dan kemampuannya membimbing serta mengarahkan dengan nasehat dan motivasi yang sangat berguna dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Sukardi SE, selaku dosen pembimbing teknis.
4. Bapak Hendrik Setiawan, Direktur PD. Budi Karya Furniture, yang telah

- mengorbankan waktunya untuk membantu dan memberikan pengarahan selama melakukan penelitian dan mengumpulkan data-data yang diperlukan.
5. Seseorang yang sangat berarti, yang telah memberikan dorongan semangat dan do'a sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
 6. Apa, mama , dan adik-adikku, yang telah memberikan dorongan moril dan materil serta semangat berkarya sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
 7. Rekan-rekan yang tak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dan dorongan pada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Besar harapan penulis semoga Allah Yang Maha Kuasa memberikan imbalan yang sepadan atas bantuan-bantuan diatas. Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan, khususnya bagi penulis dalam menghadapi tugas-tugas yang akan datang. Amin.

Jakarta, Juli 1999
Penulis

IDA FARIDA

ABSTRAK

(A) Ida Farida (95420047/ 953123340250081)

(B) Hubungan Pelaksanaan Promosi Terhadap Perkembangan Penjualan Furniture Pada PD. Budi Karya Furniture

(C) X + 74 Halaman, Tabel, Gambar, 1999.

(D) Kata Kunci : Publisitas, Periklanan, Personal Selling, Promosi, Korelasi, Test of Significant.

(E) **Alasan dan Tujuan Penelitian.** Kegiatan promosi penting untuk memperkenalkan, memberitahukan kehadiran suatu produk kepada calon konsumen untuk membeli barang yang ditawarkan. Dan kegiatan promosi membutuhkan dana yang tidak sedikit dalam meningkatkan volume penjualan. Oleh karena itu perlu diungkapkan masalah yang dihadapi perusahaan melaksanakan promosi terhadap peningkatan penjualan.

Metode Penelitian. Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan metode penelitian kepustakaan dan penelitian langsung ke PD. Budi Karya Furniture untuk memperoleh data-data yang diperlukan.

Hasil Penelitian. Kegiatan promosi yang dilaksanakan oleh perusahaan adalah kegiatan periklanan, promosi penjualan dan personal selling. Kegiatan promosi yang dilaksanakan oleh perusahaan bertujuan untuk meningkatkan penjualan furniture yang diproduksi dan dijual oleh perusahaan. Berdasarkan analisa korelasi antara biaya promosi dengan hasil penjualan diperoleh $r = 0,6305$ ($r = +1$), berarti bahwa naiknya biaya promosi akan diikuti dengan naiknya hasil penjualan, demikian sebaliknya. Namun demikian, hasil test of significant menghasilkan bahwa $t_0 < t_{\frac{1}{2}\alpha}$, yaitu : $1,3809 < 2,3534$ maka berarti H_0 diterima, dengan demikian hubungan antara biaya promosi dengan hasil penjualan adalah tidak significant karena beberapa hal yang terjadi pada dua tahun terakhir, dimana penjualan yang dicapai menunjukkan kecenderungan tidak stabil yang merupakan akibat dari krisis ekonomi yang dialami secara nasional yang berpengaruh pula terhadap perusahaan.

Kesimpulan dan Saran. Didalam menghadapi tingkat persaingan yang semakin tajam dan keadaan perekonomian yang tidak stabil pada saat ini, kegiatan promosi yang dilaksanakan perusahaan harus dapat dilaksanakan dengan lebih efisien dan efektif agar benar-benar dapat menunjang pencapaian target penjualan yang optimal.

(F) Daftar Acuan : 13 (1987 – 1997)

(G) Ketua Jurusan Manajemen

(Dra. Endang Tri Pujiastuti)

(H) Dosen Pembimbing Materi

(Dr. Suharto Rahman)

DAFTAR ISI

	Hal
TANDA PERSETUJUAN	i
TANDA PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	2
C. Maksud dan Tujuan Penelitian	2
D. Metode Penelitian	4
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran dan Bauran Pemasaran.....	8
B. Pengertian Promosi	14
C. Macam-macam Promosi	15

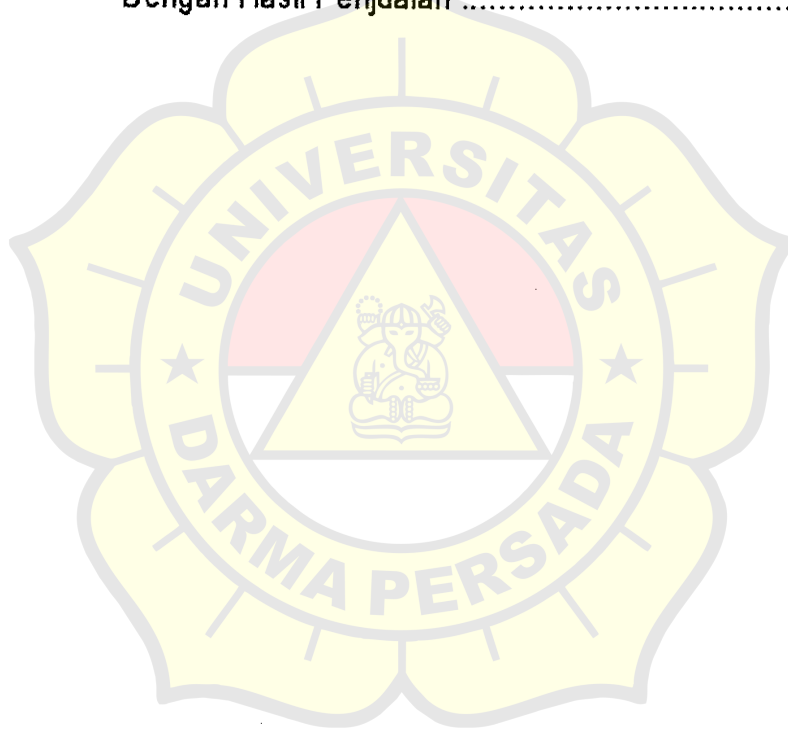
	D. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Promosi	31
BAB III	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
	A. Sejarah Singkat Perusahaan.....	34
	B. Bidang Usaha Perusahaan	35
	C. Fungsi Ekonomi dan Sosial Perusahaan	37
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	
	A. Pelaksanaan Kegiatan Promosi PD. Budi Karya Furniture	44
	B. Perkembangan Hasil Penjualan Perusahaan.....	52
	C. Budget Promosi dan Alokasinya	53
	D. Hubungan Pelaksanaan Promosi Dengan Perkembangan Penjualan Perusahaan	56
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan	70
	B. Saran-saran	73
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

TABEL		Hal
Tabel IV.1	Hasil Penjualan PD. Budi Karya Furniture Tahun 1994 - 1998	53
Tabel IV.2	Anggaran Promosi dan Alokasinya PD. Budi Karya Furniture Tahun 1994 - 1998	54
Tabel IV.3	Perhitungan Korelasi Antara Biaya Promosi Penjualan Dengan Hasil Penjualan PD. Budi Karya Furniture Tahun 1994 - 1998	59
Tabel IV.4	Perhitungan Korelasi Antara Biaya Personal Selling Dengan Hasil Penjualan PD. Budi Karya Furniture Tahun 1994 - 1998	61
Tabel IV.5	Perhitungan Korelasi Antara Biaya Periklanan Dengan Hasil Penjualan PD. Budi Karya Furniture Tahun 1994 - 1998	63
Tabel IV.6	Perhitungan Korelasi Antara Biaya Bauran Promosi Dengan Hasil Penjualan PD. Budi Karya Furniture Tahun 1994 - 1998	65

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR		Hal
Gambar .III.1	Bagan Struktur Organisasi PD. Budi Karya Furniture	43
Gambar .IV.1	Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesa Dari Test of Significant Antara Blaya Promosi Dengan Hasil Penjualan	69



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha telah memberikan kesempatan kepada perusahaan-perusahaan untuk memajukan kegiatan usahanya. Dalam rangka memajukan kegiatan perusahaan itu pimpinan atau manager memerlukan bagian pemasaran secara aktif dengan harapan produk yang dihasilkan dapat memenuhi keinginan masyarakat atau konsumen.

Berbagai masalah dalam pemasaran harus ditangani dan dikelola dengan manajemen yang tepat untuk mengantisifasi keadaan dan menembus pasar. Ada berbagai macam strategi pemasaran sebagai dasar pengambilan keputusan suatu kebijaksanaan dalam pemasaran.

Selama ini strategi yang dianggap paling baik adalah strategi acuan/bauran pemasaran yang mencakup strategi produk, strategi harga, strategi distribusi, strategi promosi. Semua strategi diatas sama pentingnya satu sama lain, dan merupakan satu kesatuan strategi yang saling terkait. Artinya apabila strategi produk telah terpenuhi maka harus diikuti yang lainnya.

Jika dipandang secara keseluruhan kebijaksanaan diatas telah memenuhi sebagai strategi, tetapi barang yang dipasarkan masih terasa lemah untuk dapat terjual dipasar mungkin barang tersebut tidak dikenal dan

jarang dihadapkan pada berbagai kendala pemasaran, akan tetapi harus berhasil mencapai tujuan.

B. Perumusan Masalah

Untuk dapat menganalisa dan memecahkan suatu persoalan maka diperlukan suatu perumusan masalah yang jelas dari apa yang akan dipecahkan, mengingat cukup banyaknya masalah promosi maka penelitian ini akan memusatkan pada masalah :

1. Bagaimana kebijaksanaan promosi yang dilaksanakan oleh PD. Budi Karya Furniture?
2. Seberapa jauhkah hubungan pelaksanaan promosi yang dilaksanakan oleh PD. Budi Karya Furniture terhadap penjualannya?

C. Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian sarjana ekonomi strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, Jakarta.
2. Untuk mengetahui kegiatan promosi yang dilaksanakan oleh PD. Budi Karya.
3. Sebagai bahan kepustakaan untuk para pembaca dalam melakukan

masyarakat tidak mengetahuinya. Maka dalam hal ini diperlukan cara yang dapat menarik perhatian konsumen, cara seperti ini yaitu untuk memperkenalkan dan memberikan suatu informasi tentang suatu barang yang ditawarkan untuk dijual dan lazim kita sebut **promosi**.

Promosi menunjukkan pada berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan kebaikan produknya, dengan melihat peranan promosi yang dominan dalam menghubungkan penjual dan pembeli. Maka melalui promosi ini pula masyarakat konsumen diyakinkan akan suatu produk dan merk sehingga masyarakat konsumen tertarik dan pada akhirnya nanti akan memilih produk yang ditawarkan.

Hal ini adalah suatu masalah yang serius apabila suatu produk yang sesuai penilaian telah memenuhi syarat untuk dipasarkan, tetapi kenyataannya barang tersebut tidak dibeli oleh konsumen, namun demikian seorang manager tidak akan berhenti sampai disini melainkan dengan keahliannya harus dapat menentukan cara untuk dapat memecahkan bagaimana cara menarik minat konsumen supaya tertarik terhadap barang yang ditawarkan dan akhirnya konsumen mengambil keputusan untuk membeli barang tersebut.

Promosi juga dilaksanakan pada saat penjualan produk tidak mencapai target, sehingga tujuan perusahaan meleset dari rencana semula yang berarti tidak tercapainya laba maksimal. Kemampuan seorang manager dalam menentukan kebijaksanaan promosi untuk menerobos pasar tidak

penelitian selanjutnya mengenai kegiatan promosi yang berkaitan dengan perkembangan penjualan.

Penelitian ini adalah bertujuan untuk mengungkapkan pengaruh kegiatan promosi yang dilaksanakan oleh PD. Budi Karya Furniture terhadap perkembangan penjualannya, dimana penulis mencoba mengaplikasikan teori-teori yang pernah penulis pelajari dari mata kuliah yang diajarkan sehingga jelaslah keterkaitan antara teori dengan prakteknya untuk terwujudnya suatu kegiatan ilmiah.

D. Metode Penelitian

1. Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan diperoleh dengan menggunakan metode penelitian kepustakaan dan metode penelitian lapangan yang dapat dijabarkan sebagai berikut ini :

- a. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*), yaitu penelitian yang dilakukan sebagai landasan untuk mengetahui masalah yang dijadikan pokok pembahasan dan penyusunan. Dalam hal ini data yang diperlukan diperoleh dengan cara membaca dan mempelajari literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas.
- b. Penelitian Lapangan (*Field Research*), yaitu penelitian yang langsung dilakukan terhadap objek penelitian, dimana data yang diperlukan

dapat diperoleh melalui :

- 1). Wawancara langsung dengan pihak-pihak yang diharapkan akan dapat memberikan keterangan yang berguna.
- 2). Kuesioner yang berisikan daftar pertanyaan untuk mendapatkan informasi-informasi langsung dari pihak-pihak yang terkait.
- 3). Penelitian on the spot, yaitu pengamatan yang dilakukan langsung ke lapangan untuk mendapatkan kebenaran data.

2. Metode Analisis Data

Dalam penulisan ini, metode yang digunakan dalam menganalisis data adalah metode deskriptif dengan alat analisisnya yaitu perhitungan statistika untuk mencari sejauh mana hubungan antara kegiatan promosi dengan perkembangan penjualan. Perhitungan statistika yang digunakan adalah perhitungan korelasi 2 (dua) variabel dengan rumus :

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

guna mengetahui seberapa besar pengaruh promosi yang dilakukan oleh perusahaan terhadap perkembangannya.

E. Sistematika penulisan

Untuk memperoleh gambaran mengenai isi dari pembahasan

skripsi ini maka penulis mencoba untuk menguraikan secara sistimatis. Dari bagian sistematika penulisan inilah penulis harapkan, mudah-mudahan para pembaca akan mendapatkan gambaran secara umum mengenai isi dari skripsi ini yang penulis sajikan.

Adapun sistematika penulisan yang penulis utarakan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini pembahasan meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi tentang teori-teori pemasaran melalui pengertian pemasaran dan bauran pemasaran, pengertian promosi, macam-macam promosi dan teori mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi promosi.

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab tiga diuraikan tentang sejarah singkat perusahaan dan bidang usaha, fungsi ekonomi dan fungsi sosial perusahaan serta struktur organisasi perusahaan.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Dalam bab empat ini akan dibahas mengenai pelaksanaan kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan, perkembangan penjualan

yang dicapai oleh perusahaan selama lima tahun terakhir dan anggaran biaya promosi yang ditetapkan oleh perusahaan selama lima tahun terakhir. Bab ini juga akan membahas mengenai hubungan pelaksanaan promosi dengan perkembangan penjualan perusahaan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN PENUTUP

Didalam bab lima ini penulis memberikan kesimpulan terhadap bab-bab yang telah diuraikan sebelumnya dan berdasarkan kesimpulan tersebut, penulis akan mengajukan beberapa saran yang mungkin bermanfaat bagi perusahaan.

