

**PELAKSANAAN BAURAN PEMASARAN BAHAN BAKU  
KAYU SOBSI PADA PT. BERKAH JAYA UTAMA RAYA  
JAKARTA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademik  
Dan Melengkapi Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna Mencapai  
Gelar Sarjana Ekonomi Jenjang Pendidikan Strata I  
Program Studi Manajemen**

Oleh :

**S. ARI HANDAYANI**

No. Pokok : 96410031  
NIRM : 963123340250018



**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA  
2001**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : S. Ari. Handayani  
No. Pokok : 96410031  
NIRM : 963123340250018  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : PELAKSANAAN BAURAN PEMASARAN BAHAN  
BAKU KAYU SOBSI PADA PT. BERKAH JAYA  
UTAMA RAYA.

telah diperiksa dan disetujui untuk dijadikan dan diujikan dihadapan Panitia Penguji  
Skripsi.

Mengetahui  
Ketua Jurusan Manajemen

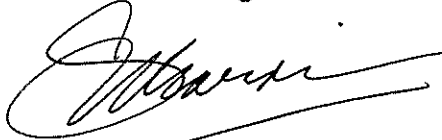
(Dra. Endah Tri Pujiastuti)

Jakarta, Juni 2001

Menyetujui  
1. Pembimbing Materi

(Chalid Ismail, SE)

2. Pembimbing Teknis



(Sukardi, SE)

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : S. Ari. Handayani  
No. Pokok : 96410031  
NIRM : 963123340250018  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : PELAKSANAAN BAURAN PEMASARAN BAHAN  
BAKU KAYU SOBSI PADA PT. BERKAH JAYA  
UTAMA RAYA.

Telah dikaji, diperiksa, dan disetujui dihadapan Panitia Penguji skripsi.

Pada tanggal dengan hasil nilai

### Panitia Penguji Skripsi

| Nama                        | Jabatan | Tandatangan |
|-----------------------------|---------|-------------|
| 1. H. Chalid Ismail, SE, MM | Ketua   | .....       |
| 2. Drs. Fauzi Baisyir, MM   | Anggota | .....       |
| 3. Drs. Soeroso             | Anggota | .....       |

## LEMBAR PERNYATAAN

Skripsi sarjana yang berjudul :

PELAKSANAAN BAURAN PEMASARAN BAHAN BAKU KAYU SOBSI

PADA PT. BERKAH JAYA UTAMA RAYA JAKARTA

Merupakan karya ilmiah yang saya susun dibawah bimbingan Bp. Chalid Ismail, SE tidak merupakan jiplakan atau karya orang lain. Sebagian atau seluruhnya dan isinya sepenuhnya tanggung jawab saya sendiri.

Pernyataan ini saya buat sesungguhnya di Jakarta :

Pada tanggal ..... Juni 2001

Yang menyatakan,



S. ARI HANDAYANI

## ABSTRAK

- (A) S. Ari. Handayani (96410031 / 963123340250018)
- (B) PELAKSANAAN BAURAN PEMASARAN BAHAN BAKU KAYU SOBSI PADA PT. BERKAH JAYA UTAMA RAYA JAKARTA.
- (C) Xi, 61 Halaman, 5 Lampiran, 4 Tabel, 6 Gambar.
- (D) **DATA KUNCI** : Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) terdiri dari Produk (*Product*), Harga (*Price*), Distribusi (*Place*), Promosi (*Promotion*).
- (E) **ALASAN DAN TUJUAN PENELITIAN**. Peranan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) merupakan faktor yang paling penting dalam kelangsungan hidup suatu perusahaan. Maka perlu dilakukan Pelaksanaan Bauran Pemasaran yang terarah dengan menganalisa produk, harga, distribusi dan promosi. Pelaksanaan Bauran Pemasaran yang ditetapkan mempunyai tujuan untuk meningkatkan penjualan kayu Sobsi dan memperluas pangsa pasar.  
**METODE PENELITIAN**. Menggunakan analisa koefisien korelasi antara biaya promosi terhadap hasil penjualan dari tahun 1991 s/d 2000.  
**HASIL PENELITIAN**. Menunjukkan dampak positif terhadap hasil penjualan bahan baku kayu Sobsi. Hal ini terbukti pada Promosi yang dilaksanakan mempunyai pengaruh terhadap hasil penjualan. Peningkatan hasil penjualan tertinggi pada tahun 2000 sebesar Rp. 779.810.000,-.  
**KESIMPULAN DAN SARAN**. Pelaksanaan Bauran Pemasaran telah dilaksanakan dengan baik dan terarah oleh PT. Berkah Jaya Utama Raya namun masih banyak yang harus diperbaiki mengenai pelaksanaannya terutama pada produk dan harga. Disarankan PT. Berkah Jaya Utama Raya melakukan perbaikan-perbaikan atas kelemahan-kelemahan yang ada dan mengantisipasi adanya persaingan yang semakin kompetitif.
- (F) **DAFTAR ACUAN 10 (1990 – 1997)**

(G) **DOSSEN PEMBIMBING**

**Chalid Ismail, SE**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan Kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul **Pelaksanaan Bauran Pemasaran Bahan Baku Kayu Sobsi Pada PT. Berkah Jaya Utama Raya**, disusun untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Universitas Darma Persada Jakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Brigjen (PURN) Drs. W.D. Soekisman, selaku Rektor Universitas Darma Persada.
2. Bapak Drs. Shanti Danu Boestaman, selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Bapak Chalid, S.E., selaku dosen Pembimbing Materi Skripsi yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing dan memberikan petunjuk kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Sukardi, S.E., selaku dosen Pembimbing Teknis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Pimpinan dan para Dosen serta staff karyawan di Lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, yang telah menyumbangkan dharma baktinya dan pelayanan bagi penulis.
6. Bapak Drs. Bambang Ismanto, BSC selaku pimpinan PT. Berkah Jaya Utama Raya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.

7. Seluruh Staff PT. Berkah Jaya Utama Raya yang telah banyak membantu dan memberikan penjelasan.
8. Bapak dan Ibu tercinta serta kakak-kakak yang telah memberikan dukungan baik dalam do'a maupun dorongan moril dan materiil yang tak terhingga selama penulisan skripsi.
9. Sdr. Antonius, SE yang telah memberikan pengertian dan perhatiannya selama ini, serta kepada Desy, Ranti, Hermay, Dewi dan Anne yang telah memberikan dukungan dan semangat.

Akhir kata penulis mengharapkan skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan bagi penulis juga kepada para pembaca serta kemajuan PT. Berkah Jaya Utama Raya semoga diridloi Allah S.W.T. Amin.

Jakarta, Februari 2001

Penulis

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....                   | ii   |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....                    | iii  |
| LEMBAR PERNYATAAN .....                            | iv   |
| ABSTRAK .....                                      | v    |
| KATA PENGANTAR .....                               | vi   |
| DAFTAR ISI .....                                   | viii |
| DAFTAR TABEL .....                                 | x    |
| DAFTAR GAMBAR .....                                | xi   |
| <b>BAB I</b> <b>PENDAHULUAN</b>                    |      |
| A. Latar Belakang Masalah .....                    | 1    |
| B. Perumusan dan Batasan Masalah .....             | 2    |
| C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....             | 3    |
| D. Waktu dan Tempat Penelitian .....               | 3    |
| E. Metodologi Penelitian .....                     | 4    |
| F. Sistematika Penulisan .....                     | 5    |
| <b>BAB II</b> <b>LANDASAN TEORI</b>                |      |
| A. Pengertian Pemasaran dan Bauran Pemasaran ..... | 7    |
| B. Konsep Pemasaran .....                          | 27   |

**BAB III TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN**

A. Sejarah Singkat PT. Berkah Jaya Utama Raya ..... 31

B. Kegiatan Usaha ..... 31

C. Struktur Organisasi ..... 32

**BAB IV ANALISA PEMBAHASAN**

A. Pelaksanaan Marketing Mix Pada PT. Berkah Jaya Utama  
Raya ..... 35

B. Masalah-masalah dalam Pelaksanaan Bauran Pemasaran ... 45

C. Hubungan Biaya Promosi dengan Hasil Penjualan ..... 49

D. Analisa Korelasi Biaya Promosi Terhadap Penjualan ..... 57

E. Pembahasan Hasil Analisa ..... 58

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan ..... 60

B. Saran ..... 62

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

|                 |   |    |
|-----------------|---|----|
| 1. Tabel IV – 1 | Biaya Promosi PT. BERKAH JAYA UTAMA RAYA<br>tahun 1991 s/d 2000 .....                     | 50 |
| 2. Tabel IV – 2 | Laporan Penjualan PT. BERKAH JAYA UTAMA RAYA<br>tahun 1991 s/d 2000 .....                 | 52 |
| 3. Tabel IV – 3 | Hasil Penjualan dan Biaya Promosi PT. BERKAH JAYA<br>UTAMA RAYA tahun 1991 s/d 2000 ..... | 54 |
| 4. Tabel IV – 4 | Persiapan Untuk Menghitung Koefisien Korelasi Linier<br>tahun 1991 s/d 2000 .....         | 56 |

## DAFTAR GAMBAR

|    |                |   |    |
|----|----------------|---|----|
| 1. | Gambar II – 1  | Bentuk Distribusi Barang Konsumsi .....   | 17 |
| 2. | Gambar II – 2  | Bentuk Distribusi Barang Industri .....   | 20 |
| 3. | Gambar III – 1 | Struktur Organisasi PT. BERKAH JAYA UTAMA<br>RAYA (Lampiran I)                                      |    |
| 4. | Gambar IV – 1  | Grafik tentang Biaya Promosi PT. BERKAH JAYA<br>UTAMA RAYA .....                                    | 51 |
| 5. | Gambar IV – 2  | Grafik tentang Laporan Penjualan PT. BERKAH JAYA<br>UTAMA RAYA .....                                | 53 |
| 6. | Gambar IV – 3  | Grafik yang menjelaskan hubungan Hasil Penjualan dan<br>Biaya Promosi PT. BERKAH JAYA UTAMA RAYA .. | 55 |

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Konsumen biasanya menghadapi jajaran produk beraneka rupa yang dapat memuaskan kebutuhan tertentu. Konsumen membuat pilihan pembelian berdasarkan pada persepsi mereka mengenai nilai yang melekat pada berbagai produk.

Perkembangan dunia usaha pada dewasa ini ditandai dengan semakin tajamnya persaingan dalam penjualan produk dan pertumbuhan dunia usaha yang semakin pesat, menuntut suatu usaha harus dilaksanakan secara lebih terarah guna mencapai tujuan perusahaan.

Namun suatu perusahaan tidak akan mencapai tujuan perusahaan secara maksimal tanpa pelaksanaan pemasaran yang baik, pemasaran tidak dapat berjalan dengan baik tanpa didukung oleh *Marketing Tools* yaitu seperangkat alat-alat marketing, dimana marketing tools memiliki kombinasi yang di sebut marketing (Bauran Pemasaran).

Pada dasarnya Marketing Mix terdiri dari empat unsur yaitu product, price, promotion, place yang disingkat 4p. Keempat unsur tersebut merupakan faktor-faktor yang dapat dikendalikan, salah satu unsur Bauran Pemasaran yaitu jika dengan harga yang relatif rendah ternyata penjualan tidak memenuhi target maka

Manajemen pemasaran harus dapat mengendalikan salah satu dari beberapa faktor yang terdapat dalam Bauran Pemasaran

Kegiatan pemasaran pada perusahaan salah satunya adalah memasarkan bahan baku kayu Sobsi. Keunggulan kayu Sobsi ini yaitu harga murah, bahan mudah didapat, bahan kuat dapat dipergunakan sebagai bahan baku kayu Sobsi yaitu PT. Berkah Jaya Utama Raya yang terletak di daerah Pondok Kelapa. Dalam rangka mempelajari bauran pemasaran yang dilakukan perusahaan tersebut, berhasil atau tidak dalam meningkatkan pemasaran bahan baku kayu Sobsi, maka penulis memilih judul "Pelaksanaan Bauran Pemasaran Bahan Baku Kayu Sobsi pada PT. Berkah Jaya Utama Raya".

## B. Perumusan dan Batasan Masalah

### 1) Perumusan Masalah

Penulisan ini terarah pada pelaksanaan bauran pemasaran untuk meningkatkan pemasaran bahan baku kayu Sobsi pada PT. Berkah Jaya Utama Raya dapat dirumuskan sebagai berikut :

- a. Bagaimana pelaksanaan Bauran pemasaran bahan baku kayu Sobsi pada PT. Berkah Jaya Utama Raya?
- b. Salah satu unsur Bauran pemasaran adalah promosi. Apakah promosi dapat meningkat kan pemasaran bahan baku kayu Sobsi pada PT. Berkah Jaya Utama Raya?

### 2) Batasan Masalah

Pembahasan skripsi dibatasi pada pelaksanaan Bauran pemasaran yang dilaksanakan pada PT. Berkah Jaya Utama Raya untuk wilayah Jakarta dan sekitarnya, dengan waktu 10 tahun dari tahun 1991- 2000.

### C. Tujuan dan Manfaat penelitian

Tujuan bagi penulis :

- a. Untuk menyelesaikan studi SI pada Fak. Ekonomi Univ. Darma Persada.
- b. Ingin mengetahui sejauh mana pelaksanaan Bauran pemasaran yang dilakukan oleh PT. Berkah Jaya Utama Raya.
- c. Menganalisis salah satu unsur Bauran pemasaran yaitu pengaruh promosi terhadap penjualan bahan baku kayu Sobsi pada PT. Berkah Jaya Utama Raya.

Manfaat bagi dunia perusahaan :

Diharapkan saran penulis berguna bagi pengembangan bauran pemasaran khususnya kayu Sobsi :

### D. Waktu dan Tempat penelitian.

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini dilakukan dengan riset dan observasi pada PT BERKAH JAYA UTAMA RAYA yang terletak di jalan Kalimalang Raya No: 97, Kamopung Curug Pondok Kelapa – Jakarta Timur.

Penelitian dan pengumpulan data ini dilakukan sejak tanggal 01 Februari 2001 s/d 31 Februari 2001 wawancara pengumpulan data didapatkan informasi dan data yang diperlukan sebagai bahan penulisan skripsi .

#### E. Metodologi penelitian

Untuk mendapatkan data yang akurat maka pengumpulan data dilakukan dengan cara :

1. penelitian Kepustakaan (*Library Research*) Penelitian terhadap literatur ilmiah yang kaitannya dengan judul skripsi.
2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Metode ini digunakan untuk memperoleh data primer yaitu data di lapangan yang sangat erat hubungannya dengan skripsi yang akan dibahas. Penelitian lapangan yang penulis lakukan meliputi :

- a. Wawancara

Didalam wawancara ini bertanya langsung kepada pihak perusahaan mengenai data yang diperlukan sehubungan dengan penulisan skripsi .

- b. Unituk memperoleh data yang dibutuhkan dengan cara mengajukan daftar pertanyaan kepada pihak perusahaan dengan masalah yang akan dibahas, sehingga penelitian akan lebih terarah dan menghemat waktu .

- c. Metode Analisa Data

Analisa terdiri dari :

- 1) Analisa Kualitatif

Yaitu data yang diperoleh, didalam analisa dengan mendasarkan pada teori yang diperoleh kemudian menarik kesimpulan. Analisa data yang dilakukan penulis adalah pelaksanaan Bauran Pemasaran pada perusahaan kayu.

2) Analisa Kuantitatif

Yaitu menganalisa data yang diperoleh dengan perhitungan berupa angka-angka.

#### F. Sistematika Penulisan

Skripsi ini ditulis secara sistematis dalam 5 (lima) bab yang saling berkaitan antara bab yang satu dengan bab yang lain, sistematika sebagai berikut :

- Bab I                   Pendahuluan, dimana penulis menguraikan tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan dan Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Metodologi Penelitian serta Sistematika Penulisan.
- Bab II                   Pada bab ini penulis menguraikan tentang Pengertian Pemasaran, Marketing Mix seperti Product, Price, Promotion, Place sebagai dasar Teori Pembahasan.
- Bab III                  Dalam bab ini penulis menguraikan tentang Sejarah Singkat Perusahaan, Kegiatan Usaha, dan Struktur Organisasi dari Perusahaan.

Bab IV Merupakan bab inti dimana penulis menguraikan mengenai Pelaksanaan Bauran Pemasaran (Marketing Mix), Masalah-Masalah dalam Pelaksanaan Bauran Pemasaran, Hubungan Biaya Promosi dengan Hasil Penjualan, Analisa Korelasi Biaya Promosi terhadap Hasil Penjualan, Pembahasan Hasil Analisa

Bab V Bab ini merupakan bab penutup dimana penulis menyajikan beberapa kesimpulan dari uraian bab terdahulu dan mengemukakan saran-saran yang kiranya berguna bagi perusahaan untuk meningkatkan pemasarannya.

