

**ANALISIS PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP VOLUME  
PENJUALAN PADA PT KUSUMA HADI SANTOSA  
DI KARANGANYAR**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Syarat-syarat Guna Memenuhi  
Gelara Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**DI SUSUN OLEH :**

**RINTO TRI HANANTO**

NIM B 100 060 121

**FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Tujuan perusahaan pada umumnya adalah untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal, guna menjamin kelangsungan hidupnya. Dalam usaha untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan tidak pernah terlepas dari pada tantangan dan rintangan, khususnya banyak perusahaan yang menghasilkan produk sejenisnya, sehingga antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain saling bersaing untuk merebut pasar guna memasarkan produknya. Dengan adanya keharusan untuk terus dapat hidup di tengah-tengah persaingan dunia usaha yang semakin sengit inilah, maka mengakibatkan fungsi pemasaran menjadi sangat penting bagi perusahaan dan tidak boleh di abaikan. Maka abat kedua puluh inilah, ilmu pemasaran baru berkembang, adapun menurut Wiliam J.

Setiap perusahaan didirikan dengan tujuan utamanya yaitu laba. Laba dapat diperoleh dengan maksimal jika strategi pemasaran yang dijalankan perusahaan tepat. Perusahaan dengan produk sejenis saling bersaing untuk mendapatkan pangsa pasar. Produsen menawarkan produk yang menonjolkan keutamaanatau keunggulan yang dimiliki produk tersebut kepada konsumen.

Agar dapat sukses dalam memasaran suatu barang atau jasa, setiap perusahaan akan menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu-satunya unsure baruan pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Harga adalah factor utama bagi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan perusahaan. Harga yang terjangkau atau dibawah rata-rata produk lain, tetapi tetap memperhatikan kualitas produk adalah yang

diinginkan konsumen.

Promosi itu sendiri terdiri dari ; periklanan, promosi penjualan, personal selling dan publisitas. Adapun kegiatan promosi yang dilaksanakan perusahaan karoseri dan konstruksi Pt Kusuma Hadi Santosa. Kegiatan promosi bagi suatu perusahaan memegang peranan yang sangat penting, karena merupakan salah satu usaha untuk menstimulir penjualan.

Situasi dengan topic penelitian ini yaitu peranan promosi dalam usaha meningkatkan volume penjualan pada perusahaan karoseri dan konstruksi PT. Kusumahadi Santosa. Didalam penelitian ini di pandang perlu penulisan penyampaikan bahwa usaha pembangunan yang pada saat sekarang ini sedang kegiatan-kegiatan di laksanakan pemerintah antara lain adalah usaha memperlancar sarana transportasi dan memperluas lapangan kerja.

Berdasarkan uraian di atas, dan untuk memperoleh gambaran yang pasti mengenai hal ini perlu di adakan penelitian di lapangan dan penulisan ingin mencoba mengupa dalam lingkungan terbatas sampai sejauh mana peranan promosi dalam usaha meningkatkan meningkatkann pada perusahaan karoseri dan kontruksi PT. Kusuma Hadi Santosa di Karanganyar.

## **B. Perumusan Masalah**

Promosi merupakan kunci keberhasilan sebuah perusahaan untuk mendapatkan volume penjualan yang maksimal, sehingga perusahaan harus memperhatikannya. Dengan demikian perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ada pengaruh promosi terhadap peningkatan volume penjualan PT. Kusumahadi Santosa Karanganyar ?
2. Apakah kegiatan promosi yang dilaksanakan perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sebuah penelitian harus mempunyai tujuan agar penelitian lebih terarah untuk mencapaian tujuan tersebut. Adapun tujuan penulis dalam melakukan penelitian ini, adalah :

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh promosi terhadap volume penjualan yang dicapai PT. Kusumahadi Santosa.
2. Untuk mengetahui kegiatan promosi yang dilaksanakan perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Perusahaan

Untuk mengambil kebijakan terutama yang menyangkut promosi yang dilakukan PT. Kusumahadi Santosa.

2. Bagi Pihak Lain

Sebagai Bahan Pertimbangan bagi penelitian lain untuk penulisan atau penelitian lain dalam masalah yang sama.

### **E. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah pemahaman penelitian, penelahan penelitian dan agar pembahasan penelitian dapat mencapai tujuan dan dapat terarah maka karya penulisan ini disusun sebagai berikut :

## BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

## BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan tentang teori yang melandasi penelitian yaitu pengertian pemasaran, konsep manajemen pemasaran, strategi pemasaran, harga, promosi, penjualan, kerangka pemikiran, definisi operasional, review penelitian terdahulu, hipotesis.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai metode penelitian yang akan digunakan dalam penulisan skripsi ini yang meliputi ruang lingkup penelitian, populasi, sampel dan teknik sampling, metode pengumpulan data, metode analisis data,.

## BAB IV ANALISIS DATA

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai proses penganalisa data meliputi deskripsi data, pengujian hipotesis, pembahasannya.

## BAB V PENUTUP

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai kesimpulan yang diperoleh dari penelitian, keterbatasan dari penelitian ini dan saran-saran yang perlu disampaikan.