PENGARUH PERIKLANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PADA PERCETAKAN MEDIA RAYA DI KLATEN

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

Sigit Edi Purwanto

B 100 040 116

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2009

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berkembangnya zaman yang semakin maju dan didukung oleh perkembangnya teknologi yang mutakhir, kehidupan dunia usaha mengalami persaingan yang semakin ketat sehingga suatu perusahaan. Pada umumnya tujuan perusahaan adalah mempertahankan dan mengembangkan usahanya serta berupaya mendapatkan keuntungan yang tinggi demi mendukung tujuan jangka panjang perusahaan. Perkembangnya usahanya yaitu dengan melebarkan sayap perusahaan agar menjadi lebih besar.

Kemajuan dibidang perekonomian selama ini telah banyak membawa perkembangan yang cukup pesat dalam dunia usaha. Hal tersebut bisa dilihat dari banyaknya perusahaan-perusahaan baru yang memasuki pasar. Dengan semakin banyaknya perusahaan- perusahaan yang ada dipasar maka akan berakibat timbulnya persaingan antara perusahaan-perusahaan tersebut, baik persaingan antara perusahaan sejenis maupun persaingan antar perusahaan yang tidak sejenis. Agar perusahaan dapat bertahan hidup dan dapat bersaing maka perusahaan dituntut untuk mengadakan perbaikan dan peningkatan kegiatan dibidang pemasaran. Penentuan strategi pemasaran yang tepat akan mendorong pembelian konsumen dalam jumlah yang banyak.

Promosi mengambil peranan penting dalam meningkatkan vulome penjualan karena penjualan berhubungan dengan kelangsungan perusahaan

yang bersangkutan. Perusahaan dalam mencapai tujuan tersebut harus lebih mementingkan kebutuhan dan keinginan konsumen yang berarti perusahaan membuat apa yang dapat dijual, bukan menjual apa yang dibuat. Apa lagi dalam kegiatan promosi dan penjualan mengalami berbagai hambatan, berarti perusahaan mengalami kesulitan pemasaran yang dihasilkan sehingga akan menurunkan volume penjualan. Peranan promosi dan penjualan disektor pemasaran produk yang dihasilkan, akan menunjang tugas bagian penjualan untuk mengenal dan mencari para konsumen atau pemakai bahkan diusahakan untuk mendapatkan pelanggan. Begitu pentingnya sektor pemasaran, maka sudah sewajarnya perusahaan mengetahui apa, dimana dan bagaimana strategi pemasaran digunakan. Peranan pemasaran dari kemampuannya perusahaan untuk lebih berperan dipasar dengan memanfaatkan dan mencari peluang pasar.

Perusahaan menyadari manfaat promosi dan penjualan untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan dan kendala dipasar. Berdasarkan dari uraian tersebut diatas, maka penulisan tertarik untuk memilih judul skripsi tentang, "PENGARUH PERIKLANAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PADA PERCETAKAN MEDIA RAYA DI KLATEN".

B. Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah periklanan dan promosi penjualan berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan pada percetakan Media Raya di Klaten.
2. Faktor mana yang paling dominan antara periklanan dan promosi penjualan terhadap peningkatan volume penjualan pada percetakan Media Raya di Klaten.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara periklanan dan promosi penjualan terhadap peningkatan volume penjualan pada percetakan media raya di Klaten.
2. Untuk mengetahui faktor mana yang paling dominan antara periklanan dan promosi penjualan terhadap peningkatan volume penjualan pada percetakan media raya di Klaten.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang dapat diperoleh adalah:

1. Bagi Peneliti

   Hasil penelitian ini dapat berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan dibidang pemasaran khususnya tentang kegiatan promosi.

2. Bagi Instansi

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi salah satu masukan atau bahan pertimbagan dalam pengambilan kebijakan penentuan kegiatan promosi yang tepat untuk meningkatkan volume penjualan pada percetakan media raya di klaten.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pada pengembangan ilmu pengetahuan terutama pada pendekatan dari pemasaran yang berkaitan dengan peningkatan vulome penjualan pada media raya di klaten dalam kegiatan promosi.

E. Sistematika penulisan skripsi

Secara garis besar sistematika penulisan skripsi adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori yang berhubungan dengan bidang kajian pemasaran khususnya promosi. Kajian meliputi pengertian pemasaran, konsep pemasaran, fungsi pemasaran, pengertian promosi, periklanan, promosi penjualan, manfaat penjualan dan promosi penjualan terhadap peningkatan volume penjualan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang kerangka pemikiran, kerangka teoritis, kerangka penelitian sebelumnya dan kerangka analisis, hipotesa, teknik pengumpulan data, dan teknik analisa data.

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL-HASIL ANALISA DATA

Bab ini menyajikan analisa hasil penelitian yang meliputi gambaran umum perusahaan, data-data yang diperoleh, analisa dan analisa data.

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan yang merupakan jawaban dari pokok masalah dan saran yang menyajikan usulan sehubungan dengan masalah yang dianalisis.