

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN
PADA PERUSAHAAN KOPI BUBUK “BURUNG JALAK”
SLILIR MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : Manajemen



Disusun oleh :
RIDA NURKOMARIYAH
Nomor Pokok : 02.220.070

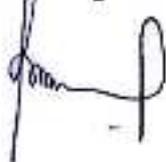
**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
2006**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Rida Nurkomariyah
NPK : 02.220.070
Universitas : Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH PROMOSI TERHADAP VOLUME
PENJUALAN PADA PERUSAHAAN KOPI BUBUK
'BURUNG JALAK' SLILIR MALANG

Malang, Agustus 2006

Ketua Program Studi



(Dra. Erna Stijani, MM)

Dosen Pembimbing



(Drs. Abd. Manap Wardoyo, MM)

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Merdeka Malang



(Drs. Maxion Sumtaky, M.Si)

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN
PADA PERUSAHAAN KOPI BUBUK "BURUNG JALAK"
SLILIR MALANG**

Dipersiapkan dan Disusun Oleh

RIDA NURKOMARIYAH

NPK : 02.220.070

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Pada tanggal : 28 Juli 2006

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



(Drs. Abd. Manap Wardoyo, MM)

Sekretaris Penguji



(Dra. Diah Widlawati, MM)

Anggota Penguji



(Drs. Rudy Wahyono, M.Si)

Skripsi telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Malang : Agustus 2006
DEKAN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG



(Drs. MAXION SUMTAKY, M.Si)



KOPI BUBUK BURUNG JALAK

Produksi : SUMBER AGUNG

Persh. : Jl. Siliir 92 Telp. (0341) 802578 Rumah 801760 Malang

SURAT KETERANGAN

Yang Bertanda tangan dibawah ini menerangkan bahwa :

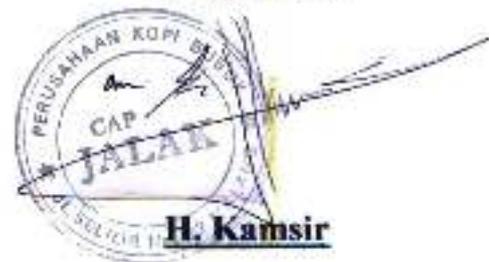
Nama : RIDA NURKOMARIYAH
NIM : 02.220.070
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Universitas : Merdeka Malang

Mahasiswa tersebut di atas benar-benar melakukan penelitian pada perusahaan kami dalam rangka menyusun Skripsi dengan judul "**PENGARUH PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN**" terhitung mulai tanggal 03 Mei 2006 sampai dengan selesai, dengan Bidang Kajian Manajemen Pemasaran.

Demikian surat keterangan kami buat untuk dapat di gunakan sebagaimana semestinya.

Malang, 24 Juni 2006

a.n. Pimpinan
Perusahaan Kopi Bubuk
"Burung Jalak"



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Rida Nurkomariyah
NPK : 02.220.070
Universitas : Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Tempat/Tgl. Lahir : Malang, 03 Januari 1983
Alamat : Jl. Tunggorono No. 8 RT.02/10 Dampit Malang
Nama Orang Tua (Ayah) : M. Imam Safi'i
(Ibu) : Tumilah
Riwayat Pendidikan : 1. 1990-1996 lulus SDN 05 Dampit Malang
2. 1996-1999 lulus SMP Diponegoro Dapit
3. 1999-2002 lulus SMAN 4 Balikpapan
Kalimantan
4. 2002 terdaftar sebagai mahasiswa UNMER
Malang.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul : PENGARUH PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PERUSAHAAN KOPI BUBUK “BURUNG JALAK” SLILIR MALANG.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Merdeka Malang.

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Bapak Drs. Maxion Sumtaky, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang.
2. Ibu, Dra. Erna Setijani, MM, selaku Ketua Jurusan Program Study Manajemen Universitas Merdeka Malang.
3. Bapak Drs. Abdul Manap Wardoyo, MM, selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan dan bimbingan serta petunjuk-petunjuk yang berguna kepada penulis.
4. Bapak Drs. Rudi Wahyono, M.Si dan Ibu Dra. Diah Widiawati, MM, selaku dosen penguji yang telah memberi petunjuk yang berguna bagi penulis.
5. Pimpinan dan segenap karyawan kopi bubuk “Burung Jalak” Malang yang telah memberikan fasilitas dalam penelitian.

6. Bapak (M. Imam S) dan Ibunda (Tumilah) yang tercinta serta adiek-ku tersayang (Riza) yang telah banyak memberikan kasih sayang, sabar dalam memberikan pengertian dan dukungan serta senantiasa merestui dan mendo'akan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Sobat-ku (Phe-Jhe, Uzly, Musdalipah) beserta pasangannya (Soleman, Ariek, Kampret) yang telah memberikan support dalam penulisan skripsi ini.
8. Arek-arek Singo (Irma, Etiek, Dyah, Ratih, Ririn, Diedien and Dana) Thanks atas do'anya.
9. Konco-konco kelas B angkatan 2002 (Suwon yo rek...!) poko'e kelase d-w is the best puooooooooo!!!!.....! Buat Doni thanks banget.
10. Trant Computer khusus mas Oel matur nuwun sanget mas Yoni thank-you. Sukses terusssss!!!!
11. Yang terkasih mas Fahiem (special thanks for you) atas senyum serta do'amu yang membuat aku selalu bersemangat (ma'af.... Aku suka merenggut).

Akhirnya penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik sehingga apa yang telah disampaikan kiranya dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi semua pembaca.

Malang, Juli 2006

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman	
HALAMAN JUDUL.....		i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI		ii
LEMBAR HALAMAN TIM PENGUJI.....		iii
SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....		iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		v
KATA PENGANTAR.....		vi
DAFTAR ISI.....		ix
DAFTAR TABEL.....		xii
DAFTAR GAMBAR.....		xiii
ABSTRAKSI		xiv
 BAB I : PENDAHULUAN		
A. Latar Belakang.....		1
B. Permasalahan.....		2
C. Tujuan Penelitian.....		3
D. Kegunaan Penelitian.....		3
 BAB II : LANDASAN TEORI		
A. Pengertian Pemasaran		4
B. Promosi		5
1. Pengertian Promosi.....		5
2. Tujuan Promosi		6

3. Menurut Anggaran Biaya promosi	6
4. Penyebab Utama yang Mendorong Makin Gencarnya Produsen Mengadakan Promosi Penjualan	7
5. <i>Promotional Mix</i>	8
C. Kerangka Konseptual 16	
D. Hipotesis 17	
 BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Identifikasi dan Devinisi Konseptual Variabel	18
B. Devinisi Operasional Variabel.....	19
C. Ruang Lingkup Penelitian	20
D. Lokasi Penelitian.....	20
E. Sumber Data.....	20
F. Teknik Pengumpulan Data.....	21
G. Teknik Analisis Data	21
 BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	
A. Hasil Penelitian	25
1. Lokasi dan Bentuk Manajemen Perusahaan.....	25
2. Organisasi dan Personalialia	31
3. Hubungan Industrial Pancasila.....	34
4. Produksi dan Hasil Produksi.....	34
5. Pemasaran dan Penjualan	42
6. Keuangan Perusahaan.....	45
7. Tujuan Perusahaan	45

B. Analisis Hasil Penelitian.....	49
1. Diskriptif Variabel Penelitian.....	49
2. Analisis Data	55
C. Implikasi Hasil Penelitian	62

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	66
B. Saran-saran.....	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

1. Jumlah Tenaga Kerja Perusahaan Kopi Bubuk “Burung Jalak” Malang	31
2. Kualitas Karyawan Perusahaan Kopi Bubuk “Burung Jalak” Malang	32
3. Biaya Produksi Perusahaan Kopi Bubuk “Burung Jalak” Malang.....	41
4. Harga Jual Produk Perusahaan Kopi Bubuk “Burung Jalak” Malang	41
5. Pesaing dan Persaingan Perusahaan Kopi Bubuk “Burung Jalak” Malang	44
6. Biaya Advertising Perusahaan Kopi Bubuk “Burung Jalak” Malang.	50
7. Biaya Sales Promotion Perusahaan Kopi Bubuk “Burung Jalak” Malang	51
8. Biaya Personal Selling Perusahaan Kopi Bubuk “Burung Jalak” Malang	52
9. Biaya Publisitas Perusahaan Kopi Bubuk “Burung Jalak” Malang ...	53
10. Target dan Realisasi Penjualan	54
11. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

- | | |
|--|----|
| 1. Struktur Organisasi Perusahaan Kopi Bubuk “Burung Jalak” Malang | 28 |
| 2. Proses Produksi Perusahaan Kopi Bubuk “Burung Jalak” Malang... | 37 |

ABSTRAKSI

Kegiatan pemasaran merupakan salah satu faktor penting di dalam sebuah perusahaan. Hal ini disebabkan setiap perusahaan pasti menginginkan barang atau jasa yang dihasilkannya laku di pasaran secara maksimal untuk memperoleh keuntungan yang optimal. Perusahaan kopi bubuk “Burung Jalak” Slilir Malang memproduksi kopi sebagai bahan utamanya. Ada beberapa cara yang dilakukan perusahaan kopi bubuk “Burung Jalak” dalam menghadapi persaingan salah satunya adalah dengan menggunakan promosi (*advertising, personal selling, sales promotion* dan publisitas) guna meningkatkan volume penjualan. Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan pada Perusahaan Kopi Bubuk “Burung Jalak” Slilir Malang”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor promosi terhadap volume penjualan.

Ruang lingkup penelitian ini hanya terbatas pada bidang kajian manajemen pemasaran khususnya mengenai pengaruh promosi terhadap volume penjualan. Sumber data yaitu data primer dan data sekunder, dimana teknik pengumpulan data di peroleh dari observasi, interview dan dokumentasi serta analisis yang digunakan adalah analisis korelasi berganda dan analisis regresi berganda.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan pelaksanaan promosi yang dilakukan perusahaan kopi bubuk “Burung Jalak” masih belum sempurna. Dari analisis data yang dilakukan yaitu analisis regresi berganda menyatakan bahwa dari keempat faktor promosi (*advertising, personal selling, sales promotion* dan publisitas) mempunyai pengaruh yang searah terhadap volume penjualan dan analisis korelasi berganda menyatakan bahwa R sebesar 0,999 (mendekati 1) mempunyai hubungan yang sangat kuat dan searah dengan volume penjualan.