

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the role of advertising promotion costs to the success of sales trading company. The object of this study is a company engaged in the sale of certain brands of motorcycles with several different types of motorcycles. In addition, this study also aims to determine the impact on sales of the cost of the advertising promotion that has been conducted by the company.

This study uses descriptive analysis. Existing data consisting of 2012, 2013 and 2014. The data were analyzed by interviewing a number of parties related to advertising promotion, such as marketing, employees and consumers who buy motorcycles in Subur Plus company. From interviews with the company can be seen that the activities of the advertising promotion that generated the most sales success is the distribution of brochures and the opening stand.

From the results, it can be concluded that Subur Plus company has done advertising promotional activities well enough to generate sales success. This is evidenced by the number of sales transactions that occurred after the advertising promotion activities. Advertising promotion activities will continue for generating sales success. Many other factors play a role in the sale of which is a public talk.

Keywords: Advertising Promotion Costs, Sales.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peranan biaya promosi iklan terhadap keberhasilan penjualan perusahaan dagang. Objek dari penelitian ini adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan sepeda motor merk tertentu dengan beberapa tipe sepeda motor yang berbeda. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui dampak terhadap penjualan dari adanya biaya promosi iklan yang telah dilakukan oleh perusahaan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis deskriptif. Data yang ada terdiri dari tahun 2012, 2013 dan tahun 2014. Data tersebut dianalisis dengan cara mewawancara sejumlah pihak yang terkait dengan promosi iklan, seperti bagian pemasaran, karyawan dan konsumen yang membeli sepeda motor di PT Subur Plus. Dari hasil wawancara dengan pihak perusahaan dapat diketahui bahwa kegiatan promosi iklan yang paling banyak menghasilkan keberhasilan penjualan adalah pembagian brosur dan pembukaan stand.

Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa PT Subur Plus telah melakukan kegiatan promosi iklan dengan cukup baik sehingga menghasilkan keberhasilan penjualan. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya transaksi penjualan yang terjadi setelah dilakukan kegiatan promosi iklan. Kegiatan promosi iklan akan terus dilakukan selama menghasilkan keberhasilan penjualan. Banyak faktor lain yang memiliki peran dalam penjualan diantaranya adalah obrolan publik.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	6
2.1 Kajian Pustaka.....	6
2.1.1 Pengertian Biaya.....	6
2.1.1.1 Jenis-jenis Biaya.....	8

2.1.1.2 Fungsi Biaya.....	10
2.1.2 Pengertian Promosi dan Biaya Promosi.....	11
2.1.2.1 Fungsi Promosi.....	12
2.1.2.2 Jenis-jenis Promosi.....	14
2.1.2.3 Kegiatan Promosi.....	15
2.1.3 Bauran Promosi.....	15
2.1.3.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Bauran Promosi.....	15
2.1.3.2 Bauran Promosi Terhadap Penjualan.....	17
2.1.4 Promosi Iklan.....	17
2.1.4.1 Jenis Kegiatan Promosi Iklan.....	18
2.1.5 Penjualan.....	18
2.1.5.1 Keberhasilan Penjualan.....	19
2.1.6 Pengertian Perusahaan Dagang.....	20
2.1.6.1 Karakteristik Perusahaan Dagang.....	21
2.1.6.2 Kegiatan Perusahaan Dagang.....	21
2.1.6.3 Sikap Konsumen Terhadap Iklan.....	22
2.1.6.4 Strategi Pemasaran Barang Dagang Terkait Promosi.....	22
2.1.7 Peranan Biaya Promosi Iklan Terhadap Keberhasilan Penjualan Perusahaan Dagang.....	24
2.2 Kerangka Pemikiran.....	24

BAB 3 METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Objek dan Waktu Penelitian.....	25
3.2 Jenis Penelitian yang Digunakan.....	25
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4 Langkah-langkah Penelitian.....	29
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1 Hasil Penelitian.....	30
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	30
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	31
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	34
4.2 Pembahasan.....	35
4.2.1 Biaya Promosi Iklan.....	35
4.2.2 Peranan Biaya promosi Iklan Terhadap Keberhasilan Penjualan.....	37
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	41
5.1 Simpulan.....	41
5.2 Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA.....	44
LAMPIRAN.....	46
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	48

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.....	35
Tabel 2.....	36
Tabel 3.....	36
Tabel 4.....	37

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.....	23
Gambar 2.....	24
Gambar 3.....	34

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A.....	46
Lampiran B.....	47