

ABSTRAK SKRIPSI

ANALISIS MENGENAI EFEKTIFITAS KEGIATAN PROMOSI PADA UNIT TOKO BUKU KASMEDIA PALEMBANG STUDI KASUS PADA KOPERASI KARYAWAN ABDI SESAMA

OLEH

PETRUS CATUR J.C.A

Tujuan perusahaan pada umumnya untuk mendapatkan laba. Agar tujuan perusahaan tercapai, maka salah satu aktifitas yang dijalankan adalah orientasi di bidang pemasaran.

Pemasaran modern menghendaki lebih daripada mengembangkan produk yang baik, menetapkan harga yang bersaing, dan memungkinkannya dijangkau pelanggan sasaran. Perusahaan juga harus mampu mengkomunikasikan diri dengan pelanggan yang ada maupun yang potensial. Tak dapat dihindari bahwa setiap perusahaan haruslah berperan sebagai komunikator dan promotor.

Namun, apa yang dikomunikasikan itu, seharusnya tidak dapat dibiarkan begitu saja. Agar dapat berkomunikasi secara efektif, perusahaan harus menggunakan biro iklan untuk mengembangkan iklan yang efektif, spesialis promosi penjualan untuk mendesain program intensif penjualan, dan hubungan masyarakat untuk mengembangkan citra perusahaan. Juga perusahaan harus melatih tenaga penjual agar bersifat ramah dan berpengetahuan luas. Bagi kebanyakan perusahaan, pertanyaannya adalah bukan perlu tidaknya berkomunikasi, tetapi lebih pada apa yang harus dikatakan, kepada siapa, dan seberapa sering.

Efektifitas promosi juga sangat tergantung dari pemilihan bentuk promosi yang diperlukan terhadap produk yang dipasarkan. Dengan kata lain tidak semua bentuk promosi dapat cocok dan menjamin keberhasilan promosi tersebut.

Bagi Koperasi Karyawan Abdi Sesama yang bergerak di bidang perdagangan buku dan alat tulis, maka perencanaan strategi bauran promosi merupakan aktifitas yang sangat penting. Pada dasarnya bauran promosi terdiri dari empat perangkat utama yaitu periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan penjualan pribadi. Berhubung dengan hal itu, penulis hanya akan membahas tiga perangkat utama yaitu periklanan, promosi penjualan dan penjualan pribadi.

Adapun masalah pokok dalam penulisan ini adalah :

1. Apakah ada hubungan antara kegiatan periklanan dengan volume penjualan ?
2. Apakah ada hubungan antara kegiatan promosi penjualan dengan volume penjualan ?
3. Apakah ada hubungan antara kegiatan penjualan pribadi dengan volume penjualan ?
4. Apakah kegiatan promosi secara keseluruhan berpengaruh terhadap volume penjualan ?
5. Jenis kegiatan promosi manakah yang paling besar pengaruhnya terhadap volume penjualan ?

Sedangkan tujuan penulisannya adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan antara kegiatan promosi dengan volume penjualan serta bagaimana bentuk hubungan tersebut pada Koperasi Karyawan Abdi Sesama Palembang.

Alat analisis yang digunakan adalah analisis korelasi sederhana, analisis regresi sederhana, dan analisis regresi berganda, serta teori-teori yang berhubungan di bidang pemasaran.