

ANALISA PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP HASIL PENJUALAN PADA PT. TANI MAKMUR SEJAHTERA

Muhamad Chaerul Ikhsan, Darmadi, SE,MM.

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2008

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : biaya promosi

Abstraksi :

Di abad yang semakin luas dan tingginya tingkat persaingan di dunia usaha menuntut adanya manajemen yang baik untuk bekerja secara efektif dan efisien dalam mengelola perusahaan. PT. TANI MAKMUR SEJAHTERA yang memproduksi pupuk organik cair dan pestisida cair, tidak terlepas dari persaingan usaha tersebut. Karena timbulnya persaingan produk tersebut maka PT. TANI MAKMUR SEJAHTERA mengambil langkah marketing mix, salah satunya adalah promosi. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. TANI MAKMUR SEJAHTERA dan sejauh mana pengaruh biaya promosi terhadap hasil penjualan pada PT. TANI MAKMUR SEJAHTERA. Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi, dan Koefisien Korelasi. Hal ini terbukti dengan hasil perhitungan analisa regresi $Y = 584,4 + 285 X_1 - 42,5 X_2$. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa jika $X=0$ atau tidak ada biaya promosi maka hasil penjualan sebesar Rp. 584.400.000. Apabila terjadi penambahan Rp 1.000.000 pada variabel X_1 , maka akan menaikkan hasil penjualan sebesar Rp. 285.000.000, sedangkan jika terjadi penambahan Rp 1.000.000 pada variabel X_2 , maka akan penurunan hasil penjualan sebesar Rp. 42.500.000, Koefisien determinasi sebesar 0.99, memiliki arti bahwa hubungan antara biaya periklanan dan biaya personal selling terhadap hasil penjualan adalah kuat dan searah. Nilai koefisien korelasi sebesar 0.98 memiliki arti bahwa hasil penjualan dipengaruhi oleh periklanan dan personal selling sebesar 98% sedangkan sisanya sebesar 2% ditentukan oleh faktor lain misalnya selera konsumen, distribusi, produk yang ditawarkan dan harga.