

# **PENGARUH PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN KARTU PRA BAYAR MENTARIPADA PT. SATELINDO GSM REGIONAL JABOTABEK**

**DHINI ANGGRAENI, SRIYANTO, SE., MM**

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2002

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : promosi penjualan

Abstraksi :

Berkaitan dengan efektifitas promosi dalam meningkatkan hasil penjualan, penulis tertarik untuk membahasnya dalam Penulisan Ilmiah ini. Tujuan dari Penulisan Ilmiah ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan serta masalah-masalah yang dihadapi dari aktifitas promosi kartu Pra bayar Mentari pada PT Satelindo GSM, dan untuk lebih memahami peranan promosi dalam meningkatkan hasil penjualan. Metodologi penelitian yang digunakan adalah melalui Field research dan Library research. Dari data-data yang diperoleh sejak Juni 2001 hingga Mei 2002 atas biaya promosi sebagai variabel X dan hasil Penjualan sebagai Variabel Y, dengan menggunakan perhitungan Regresi Linier diperoleh persamaan  $Y = 617,365 + 26,98 (X)$ . Kemudian melalui analisa Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi didapat  $r = 0,89$  dan  $R = 0,79$  %. Kesimpulan Yang didapat dari penelitian adalah Promosi yang dilakukan PT Satelindo ditujukan untuk menarik pelanggan baru, menarik pelanggan untuk mencoba produk baru, mendorong pelanggan untuk membeli banyak, meningkatkan impulse buying, menyerang aktifitas promosi pesaing dan mengupayakan kerja sama yang erat dengan pengecer. Bentuk Promosi yang digunakan melalui periklanan, promosi penjualan dan kampanye produk. Analisa dari data adalah jika promosi tidak melakukan penambahan ( $x=0$ ) maka hasil penjualan akan bernilai konstan = 617,365 juta rupiah sedangkan jika biaya promosi mengalami penambahan sebesar 1 juta maka penjualan akan bertambah sebesar 26,98 juta rupiah. Promosi mempunyai hubungan yang erat dengan penjualan dan berpengaruh sebesar 79 % terhadap peningkatan hasil penjualan, dan 21 % dipengaruhi factor lainnya. Dalam melaksanakan kegiatan promosinya PT Satelindo memiliki permasalahan promosi, yaitu persaingan yang ketat antar operator GSM, sehingga Perusahaan merasa perlu untuk mengupayakan strategi tertentu dalam merebut pangsa pasar melalui kegiatan promosinya, dan pemecahannya adalah dengan menjadi yang terdepan dalam inovasi dan

menginformasikan setiap keunggulan produk Mentari dalam setiap kegiatan promosi