

**PERANAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN BARANG ELEKTRONIK PADA TOKO FAJAR HARAPAN
PADANG PANJANG**

TUGAS AKHIR

*Diajukan kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen Perdagangan (D
III) Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya*



Oleh:

SYUKRI YUSRA

58011/2010

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERDAGANGAN D III

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2014

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Barang Elektronik Pada Toko Fajar Harapan Padang Panjang

Nama : Syukri Yusra
NIM / BP : 58011 / 2010
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi

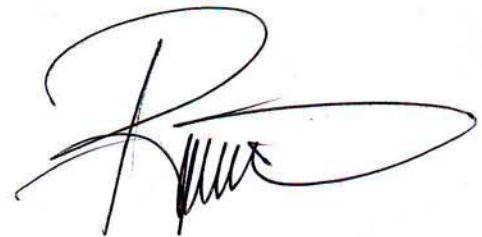
Padang, 25 Januari 2014

Diketahui Oleh,
Koordinator Program Diploma III



Perengki Susanto, SE, M. Sc
NIP. 19810404 200501 1002

Disetujui Oleh :
Pembimbing



Rosyeni Rasyid, SE, ME
NIP:19610214 198912 2001

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

**PERANAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN
BARANG ELEKTRONIK PADA TOKO FAJAR HARAPAN PADANG PANJANG**

Nama : Syukri Yusra
Nim : 58011/2010
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji Di Depan Tim Penguji Tugas Akhir Prodi Manajemen
Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Padang, 25 januari 2014

Tim penguji

Nama

Tanda Tangan

Rosyeni Rasyid, SE, ME

(Ketua)



Gesit Thabrani, SE, MT

(Anggota)



Whyosi Septriasola, SE

(Anggota)



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syukri Yusra
Tahun Masuk / NIM : 2010 / 58011
Tempat, Tanggal Lahir : Padang Panjang, 29 November 1991
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Keahlian : Kewirausahaan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jl. Padang Pasir Raya No.8A
Judul Tugas Akhir : Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Volume
Penjualan Barang Elektronik Pada Toko Fajar Harapan
Padang Panjang
No Telp : 0823-8198-3333

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali pembimbing.
3. Dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji, dan ketua program studi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena tugas akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku.

Padang, 23 Desember 2013

Yang menyatakan,



Syukri Yusra

NIM. 58011

ABSTRAK

**Syukri Yusra : Peranan Promosi Dalam Meningkatkan VolumPenjualan
Barang Elektronik Pada Toko Fajar Harapan Padang
Panjang**

Pembimbing : Rosyeni Rasyid, SE, ME

Promosi merupakan faktor yang penting dan harus disadari oleh setiap perusahaan, khususnya dengan adanya persaingan yang semakin tajam dimana setiap perusahaan berlomba-lomba untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan para pelanggan agar tetap setia. Dengan demikian sejauh mana biaya promosi meningkatkan volume penjualan produk elektronik pada Toko Fajar Harapan. kegiatan promosi merupakan salah satu cara untuk meningkatkan hasil penjualan perusahaan. Toko Fajar Harapan adalah perusahaan industry grosir dan eceran yang menjual produk-produk elektronik yang ditujukan untuk para konsumen perorangan serta konsumen tetap seperti toko-toko yang mengambil barang di Toko Fajar Harapan. Tujuan adalah untuk mengetahui bentuk-bentuk promosi yang dilakukan oleh Toko Fajar Harapan dan untuk mengetahui peningkatan biaya promosi yang dikeluarkan oleh Toko Fajar Harapan. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Toko Fajar Harapan adalah iklan di berbagai macam media seperti Radio, spanduk, selebaran, personal selling, promosi sales, dan juga ada hadiah serta potongan harga ini semua untuk mengetahui peranan promosi yang dilakukan Toko Fajar Harapan dalam meningkatkan volume penjualan. Dari hasil data yang telah di peroleh, dapat ditarik kesimpulan bahwa kegiatan yang dilakukan oleh Toko Fajar Harapan memberikan pengaruh yang kuat, yaitu dengan meningkatnya hasil penjualan setiap tahun.

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah S.W.T, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan judul “ Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Fajar Harapan”, yang mana merupakan salah satu syarat untuk dapat menyelesaikan Program Studi Diploma III (D III) dapa Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen Perdagangan Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan bantuan berbagai pihak, penulis belum tentu dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Hj. Rosyeni Rasyid, SE, M.E, selaku pembimbing yang telah mengarahkan dan memberi masukan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Rasa hormat dan terima kasih yang tulus juga penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Perengki Susanto, SE, M.Sc selaku Ketua Program Studi Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

3. Ibu Hj. Rosyeni Rasyid, SE, M.E selaku pembimbing dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
4. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Manajemen Prodi Diploma III Fakultas Ekonomi Universtas Negeri Padang, yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat dan pengalaman yang sangat berharga bagi penulis.
5. Seluruh karyawan Toko Fajar Harapan Padang Panjang, atas kerjasamanya demi kelancaran Tugas Akhir ini.
6. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu mendo'akan dan memberi motivasi dalam penulisan Tugas Akhir ini.
7. Seterusnya kepada semua pihak yang terlibat dan membantu penulis demi kelancaran penulisan Tugas Akhir ini.

Penulis sangat menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih membutuhkan penyempurnaan. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan saran serta kritik yang bersifat membangun guna kesempurnaan Tugas Akhir ini.

Akhirnya penulis berharap agar Tugas Akhir ini dapat memberikan sumbnagan pemikiran dan informasi yang bermanfaat bagi rekan-rekan mahasiswa, serta para pembaca pada umumnya.

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
<u>BAB I</u> PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
<u>BAB II</u> TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Promosi.....	8
1. Pengertian Promosi.....	8
2. Tujuan Promosi.....	9
3. Komponen Dalam Promosi.....	11
B. Volume Penjualan	18
1. Pengertian Penjualan.....	18
2. Tujuan Penjualan.....	18
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan.....	18
4. Pengertian Volume Penjualan.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
A. Metode Penelitian.....	22

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN HASIL	24
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	24
B. Struktur Organisasi.....	25
C. Bidang Perusahaan.....	29
D. Aspek Personalia.....	29
E. Pelaksanaan Promosi yang dilakukan oleh Fajar Harapan.....	30
F. Promosi yang dilakukan oleh Toko Fajar Harapan.....	30
G. Tujuan Promosi yang dilakukan oleh Toko Fajar Harapan.....	34
H. Peningkatan Tingkat Penjualan yang Diperoleh Toko Fajar Harapan.....	34
BAB V PENUTUP.....	37
A. Kesimpulan.....	37
B. Saran.....	38

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Volume Penjualan Toko Fajar Harapan
Tabel 1.2	Biaya Promosi Toko Fajar Harapan
Tabel 4.1	Persentase Penjualan Dan Promosi Toko Fajar Harapan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi yang sedang berkembang saat ini mempunyai akibat yang secara nyata dapat kita rasakan. Seperti arus informasi yang menandai adanya alih teknologi yang sangat cepat, serta perusahaan yang semakin sulit untuk merebut konsumen karena banyaknya para pesaing dan konsumen sendiri semakin jeli dalam memilih produk yang mereka butuhkan. Salah satu usaha yang dibutuhkan perusahaan untuk mampu bersaing dan sekaligus merebut konsumen serta mencapai tujuannya, yaitu menyusun strategi di bidang pemasaran.

Perusahaan yang berorientasi kepada pasar harus memikirkan bagaimana mempengaruhi konsumen, khususnya pembeli potensial agar bersedia membeli produk yang dihasilkan. Untuk dapat bertahan dalam keadaan yang peka terhadap perubahan yang penuh persaingan saat ini, sebuah perusahaan pertama-tama harus menentukan apa yang dapat dijual dan strategi apa yang dapat meningkatkan pelanggan.

Pada umumnya setiap perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya tentu mempunyai keinginan agar produknya dapat terjual seperti yang diharapkan. Dalam hal ini perusahaan menghadapi persaingan yang semakin ketat, sehingga perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran meliputi bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu meliputi *product*, *price*, *place*, dan *promotion*.

Dari keempat bauran pemasaran tersebut, penulis akan memfokuskan tentang promosi. Promosi merupakan kegiatan perusahaan yang tujuan utamanya meningkatkan volume penjualan. Periklanan merupakan bagian dari promosi yang tujuannya antara lain untuk memperkenalkan produk baru, membujuk, menciptakan kesan dan memberi informasi, dengan periklanan yang tepat maka akan tercapai suatu hasil yang diharapkan dan nantinya dapat mempengaruhi tingkat volume penjualan.

Promosi adalah salah satu kegiatan marketing yang salah satu fungsinya untuk meningkatkan hasil penjualan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh sebab itu, promosi sangat penting bagi perusahaan, dalam usaha untuk memasarkan dan memperkenalkan hasil produk perusahaan. Jika dikaji lebih mendalam bahwa kegiatan promosi yang biasanya banyak dilakukan adalah dengan lima cara menurut Kotler dan Keller (2009:267), yaitu:

1. Periklanan (*Advertising*)
2. Penjualan perorangan (*Personal Selling*)
3. Publisitas (*Publicity*)
4. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)
5. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Dalam hal ini, masing-masing alat promosi tersebut mempunyai kelebihan dan kekurangannya, dan untuk dapat mengatasi hal-hal tersebut maka dari kelima cara tersebut dilakukan kombinasi. Kenyataannya bahwa kelima cara tersebut merupakan keterkaitan antara yang satu dengan yang lainnya.

Berkaitan dengan masalah tersebut di atas, sebaiknya perusahaan dapat mengkombinasikan dari kelima cara promosi tersebut sehingga selain dari segi anggaran biayanya dapat ditekan, jadi setiap aktivitas dari alat promosi yang dipergunakan perusahaan dapat menjangkau sasaran, sehingga konsumen dapat tertarik dan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Namun demikian, apabila perusahaan kurang tepat dalam memilih cara promosi, maka hal ini akan menyebabkan informasi yang disampaikan kepada konsumen di daerah pemasaran yang diinginkan tercapai.

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk berkembang, mempertahankan kelangsungan hidup, dan mendapatkan keuntungan. Pemasaran tidak hanya membicarakan produksi harga dan distribusi tetapi juga harus mengkomunikasikan produknya tersebut pada masyarakat agar produknya tersebut dikenal dan akhirnya dibeli. Untuk mengkomunikasikan produknya tersebut perusahaan perlu mengadakan promosi. Media promosi merupakan alat dan bagian yang memegang peranan penting dalam pemasaran.

Kegiatan promosi hasilnya tidak dapat diperoleh secara langsung atau dengan kata lain efeknya tidak langsung kelihatan, tetapi dibutuhkan waktu sebelum terjadi penjualan. Semakin besar biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk promosi, maka diharapkan dapat meningkatkan jumlah pembeli dan akhirnya meningkatkan volume penjualan. Oleh karena itu, pelaksanaan kegiatan promosi bagi kebanyakan perusahaan merupakan sebuah proses secara terus menerus. Agar

kegiatan promosi dapat berjalan efektif dan efisien, perusahaan harus dapat menentukan bentuk bauran promosi yang tepat.

Toko Fajar Harapan merupakan salah satu dari banyak perusahaan yang bergerak dalam penjualan barang elektronik, Toko Fajar Harapan menghadapi persaingan yang ketat dari toko elektronik lainnya. Oleh karena itu, perusahaan harus menetapkan harga dengan baik dan sesuai dengan yang ditunjang oleh elemen-elemen bauran pemasaran yang lain, agar dapat menghadapi persaingan dan dapat meningkatkan tingkat penjualan secara optimal. Dan semua itu dapat dilihat pada bagian perkembangan penjualan Toko Fajar Harapan yang ada di bawah ini:

**Tabel 1.1 Volume Penjualan Toko Fajar Harapan
Periode 2008-2013**

Tahun	Penjualan (Unit)	Nilai Penjualan (Rp)	% Pertumbuhan
2008	2330	3.505.650.000	
2009	2450	3.925.640.000	11.98%
2010	2640	4.230.480.000	7.77%
2011	2710	4.722.729.000	11.63%
2012	2750	5.259.750.000	11.73%
2013	3013	5.979.550.000	13.98%

Sumber: Toko Fajar Harapan, Tahun 2013.

Dari Tabel 1.1 di atas terlihat mengalami peningkatan penjualan dari tahun ke tahun tetapi persentase pertumbuhan penjualan naik turun pada tahun 2010-2012. Di tahun 2010 terjadi peningkatan dan 2011 kembali terjadi penurunan penjualan tapi di tahun 2012-2013 terjadi peningkatan penjualan yang mulai

meningkat, maka dari itu perkembangan penjualan perusahaan tidak terlepas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Semua ini ditujukan untuk mencapai target penjualan pada perusahaan terdapat perkembangan biaya promosi Toko Fajar Harapan

Toko Fajar Harapan mempunyai anggaran yang ditetapkan untuk biaya promosi sesuai dengan bentuk-bentuk promosi yang dilakukan. Anggaran ini ditetapkan setahun sekali. Adapun biaya promosi yang dikeluarkan oleh Toko Fajar Harapan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1.2 Biaya Promosi Toko Fajar Harapan
Tahun 2009-2013**

Tahun	Total	% Pertumbuhan
2008	31,500,000	
2009	35,500,000	12.69%
2010	38,000,000	7.0%
2011	43,600,000	14.73%
2012	44,300,000	16.05%
2013	45,150,000	19.81%

Sumber: Toko Fajar Harapan, Tahun 2013.

Dari tabel 1.2 diatas dapat terlihat bahwa untuk biaya promosi dari tahun ke tahun sudah ditingkatkan walaupun kenaikannya tidak sama tiap tahun seperti dari tahun 2008-2009 biaya promosi naik sebanyak Rp. 4.000.000,- dan dari 2010-2011 ditambah lebih besar untuk biaya promosi sebesar Rp. 5.600.000,- dan untuk tahun berikutnya itu biaya yang di keluarkan tetap naik tapi tidak terlalu banyak.

Kegiatan promosi diatas dilakukan tiap tahun dengan porsi yang berbeda disesuaikan dengan kebutuhan atau target penjualan yang hendak dicapai. Dengan adanya perbedaan tersebut perusahaan berharap dapat meningkatkan volume penjualannya. Berdasarkan latar belakang tersebut penulis bermaksud melakukan penelitian ini dengan judul: **“Peranan Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Fajar Harapan.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bentuk-bentuk promosi apakah yang dilakukan oleh Toko Fajar Harapan?
2. Bagaimana pengaruh peningkatan biaya promosi terhadap peningkatan penjualan pada Toko Fajar Harapan ?

C. Tujuan

Adapun tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui bentuk-bentuk promosi yang dilakukan oleh Toko Fajar Harapan.
2. Untuk mengetahui peningkatan biaya promosi yang dilakukan oleh Toko Fajar Harapan dalam meningkatkan volume penjualan.

D. Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini ditujukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis di bidang pemasaran.
3. Penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan dan kebijakan toko dalam menjalankan sistem biaya promosi.
4. Penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai tambahan informasi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian yang sejenis.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Toko Fajar Harapan merupakan salah satu badan usaha yang bergerak di bidang perdagangan, dalam menghadapi persaingan dan dalam upaya meningkatkan volume penjualan, salah satunya melakukan kegiatan promosi. Berdasarkan uraian yang telah dibahas pada bab sebelumnya maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variable-variable promosi yang dilakukan oleh Toko Fajar Harapan sebagai strategi dalam upaya meningkatkan volume penjualan antara lain: periklanan dan promosi penjualan.
2. Kegiatan promosi dan media-media yang digunakan oleh Toko Fajar Harapan meliputi:
 - a. Periklanan, media iklan yang digunakan oleh Toko Fajar Harapan:
 1. Iklan pada media radio
 2. Papan reklame
 3. Spanduk
 4. Selebaran dan brosur
 - b. Promosi Penjualan, promosi dilakukan dengan cara:
 1. Melaksanakan atau mengikuti pameran dagang

3. Dengan asumsi Toko Fajar Harapan hanya melakukan salah satu media promosi, maka dari kelima tahu penelitian dapat disimpulkan bahwa media promosi periklanan lebih efisien dibanding dengan media promosi penjualan, Karena presentase perbandingan pada periklanan lebih kecil dibanding dengan promosi penjualan.

B. Saran

Berdasarkan simpulan di atas dapat disarankan beberapa hal sebagai Berikut.

1. Karena media periklanan mempunyai jangkauan lebih luas dibanding media promosi penjualan maka alangkah baiknya toko Fajar Harapan memperbanyak kreasi iklan misalnya iklan di media elektronik seperti di TV, Iklan di media cetak agar tidak membosankan.
2. Hendaknya Toko Fajar Harapan meningkatkan intensitas kegiatan promosi melalui penambahan media periklanan seperti pemasangan billboard ditempat-tempat strategis.
3. Hendaknya toko Fajar Harapan dalam melakukan kegiatan promosi tidak hanya di dalam kota Padang Panjang saja, melainkan kota kota lainnya seperti, Padang, Bukittinggi, dan kota lainnya.

DAFTAR PUSTAKA