

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan kepada Tuhan Yesus Kristus karena berkat-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik

Penulis skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area. Adapun skripsi ini berjudul : “Pengaruh Strategi Pemasaran Ekspor Cacao Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT.Olam Indonesia Cabang Medan”.

Dalam penyelesaian penulisan Skripsi ini penulis banyak menemukan hambatan dan kesulitan.namun berkat usaha.doa.dan kerja keras penulis serta bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak maka penulisan Skripsi dapat diselesaikan dengan baik,maka pada kesempatan ini, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
2. Bapak Hery Syahriul, SE, Msi selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Husein Effendi, SE, MSi selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Bapak Drs. Muslim Wijaya, SE, MSi, selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan saran dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Ibu Dra. Isnaniah LKS, MMA. selaku Dosen Pembimbing II yang banyak memberikan saran dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta staff fakultas ekonomi yang telah mengajar dan membantu penulis hingga dapat menyelesaikan perkuliahan.
7. Pimpinan PT. Olam Indonesia Cabang Medan yang telah membantu penulis dalam memberikan data dan informasi demi terwujudnya skripsi ini.
8. Seluruh Civitas Akademika Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Kedua orang tua penulis, almarhum Ayahanda yang selama masih hidup selalu memberikan semangat, Ibunda D hr Situmorang yang telah memberikan kasih sayang yang luar biasa serta semangat yang tidak terhingga.
10. Saudara-saudariku keluarga Sitorus: B'Stev dan K'Stev, K'Agnes dan B'Agnes, B'Phebe dan K'Phebe, adikku Hombang, Ari, dan siapudanku Valentino, juga keponakanku Steven, Agnes, Phebe, dan Ruth yang setia dalam dukungan Doa dan dukungan morilnya;
11. Buat yang terkasih Bangun Pangaribuan yang setia memberikan dukunganya baik dalam doa dan dukungan morilnya;
12. Teman GNIES, Cia, Betty, Marta, Ratna, Dara sahabatku yang selalu setia mendukung serta memberi doa;
13. Teman kampusku Kak Ria dan Yeva yang selama ini sudah banyak membantu dan memberi dukunganya;

14. Pimpinan kantor dan teman-teman kantor yang selama ini banyak memberi dukungan kepada penulis;
15. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu

Medan, 09 April 2013  
Penulis

(LASTRIAM SITORUS)



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>RINGKASAN</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II : LANDASAN TEORITIS</b>	
A. Uraian Teoritis .....	5
1. Pengertian Pasar dan Pemasaran .....	5
2. Bentuk-bentuk Pasar.....	8
3. Strategi Pemasaran .....	9
4. Bauran Pemasaran .....	11
5. Hambatan-hambatan Dalam Pemasaran.....	21
6. Faktor-faktor yang mempengaruhi Penjualan .....	22
7. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan .....	24
B. Kerangka Konseptual.....	25
C. Hipotesis .....	26
<b>BAB III:METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis, Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
B. Populasi dan Sampel.....	28
C. Definisi Operasional .....	28
D. Jenis dan Sumber Data .....	29
E. Teknik Pengumpulan Data .....	30
F. Teknik Analisis Data .....	30

## **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	32
1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	32
2. Struktur Organisasi Perusahaan .....	33
3. Tugas dan Tanggung Jawab Karyawan .....	34
4. Strategi Pemasaran .....	38
5. Pendapatan Penjualan .....	47
6. Masalah yang Dihadapi .....	50
B. Pembahasan .....	52
1. Analisis Data .....	52
2. Uji Hipotesis .....	53
3. Uji Determinasi .....	55

## **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	58
B. Saran .....	59

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Kerangka Konseptual .....	26
2. Struktur Organisasi PT. Olam Indonesia Cabang Medan.....	34
3. Grafik Biaya Pemasaran PT. OLam Indonesia Cabang Medan .....	47
4. Grafik Data Pendapatan Penjualan PT. Olam Indonesia Cabang Medan	49



## DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Rencana Waktu Penelitian.....	27
2. Definisi Operasional Variabel.....	29
3. Harga Jual Tahun 2010 – Tahun 2011.....	46
4. Pendapatan Penjualan PT. Olam Indonesia Cabang Medan.....	48
5. Estimasi Regresi Program Bonus Terhadap Peningkatan Volume Penjualan.....	53
6. Pengujian Parsial (Uji t).....	54
7. Model Summary (b).....	56