

RINGKASAN

EVA OLIVIA, KEBIJAKAN PROMOSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT. BHANDA GHARA REKSA (PERSERO) CABANG MEDAN, (dibawah bimbingan Dra. Hj. RAFIAH HASIBUAN, MM., selaku Pembimbing I, dan Dra. ISNANIAH LKS., selaku Pembimbing II).

PT. Bhandha Ghara Reksa (Persero) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berada di bawah Departemen Perdagangan, yang bergerak di bidang jasa pergudangan umum.

Masalah yang dihadapi perusahaan ialah kurang efektifnya kebijaksanaan yang diterapkan perusahaan, sehingga target volume pendapatan tidak tercapai.

Hipotesis penulis ialah dengan melaksanakan promosi yang efektif serta memilih media promosi yang tepat, maka target volume penjualan dapat tercapai.

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Ingin melihat sejauh mana peranan promosi yang dilakukan perusahaan dalam memasarkan jasanya kepada konsumen.
2. Untuk mengetahui masalah promosi yang dihadapi perusahaan.
3. Ingin memberikan sumbangan pemikiran berupa saran yang mungkin bermanfaat bagi perusahaan.

dapun kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Didalam pelaksanaan kegiatannya PT. Bhandha Ghara Reksa (Persero) Cabang Medan menggunakan struktur organisasi garis dan staff (line and staff organization).
2. Kebijakan promosi yang dilaksanakan perusahaan adalah :
 - a. Advertising (periklanan)
 - b. Publicity (publisitas)
3. Kebijakan perusahaan yang menetapkan bahwa biaya promosi perusahaan adalah sebesar 2 % dari jumlah pendapatan setiap tahunnya hendaknya dikaji ulang.
4. Dari target yang telah ditetapkan perusahaan selama empat tahun terakhir, maka target pendapatan tercapai pada tahun 2002 yaitu sebesar 90 %.

Adapun saran yang diberikan penulis dari penelitian ini adalah :

1. Sebaiknya perusahaan dapat memberikan pelayanan yang lebih baik lagi kepada pelanggan.
2. Sebaiknya perusahaan lebih giat lagi dalam mencari pelanggan baru.
3. Kebijakan perusahaan dalam menetapkan biaya promosi 2 % dari jumlah pendapatan perusahaan agar dikaji kembali mengingat tariff sewa gudang setiap tahunnya cenderung tetap.
4. Sebaiknya perusahaan mengupayakan untuk mempertahankan pelanggan-pelanggan lama yang potensial.