

RINGKASAN

IRVIN ADI PUTRA, “PERANAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT. ECOGREEN OLEOCHEMICALS MEDAN”.
Dibawah Bimbingan (Drs. H. Miftahuddin, MBA, Sebagai Pembimbing I, dan H. Syahriandy, MSi, Sebagai Pembimbing II).

PT. Ecogreen Oleochemical adalah perusahaan swasta nasional yang bergerak dalam bidang pengolahan alat-alat kedokteran. Perusahaan ini berdasarkan ijin usaha No. 85 / DJHPK / D.2 / IUI/ IV / 98 dan Akta Notaris No. 25 tertanggal 25 Desember 1997 didirikan dalam rangka penanaman modal dalam negeri, sesuai dengan SPT BPKM No. 329 / I / PMDN / 1983 tanggal 31 Desember 1983. Lokasi perusahaan terletak di Belawan-Medan., Sumatera Utara dengan Luas $\pm 10.000 \text{ m}^2$ (10 Ha). Perusahaan ini memilih posisi di daerah pelabuhan dengan tujuan menekan biaya angkutan bahan baku, bahan penolong maupun pengangkutan hasil produksi.

PT. Ecogreen Oleochemical dibangun dengan menggunakan proses teknologi dari Jerman Barat, sedangkan peralatan dan mesin-mesin di supply dari Eropa Barat dan Amerika Serikat. PT. Ecogreen Oleochemical adalah salah satu perusahaan yang mengelola hasil pertanian. Perusahaan ini menggunakan minyak inti sawit sebagai bahan baku utama yang diperoleh dari perusahaan-perusahaan yang mengelola sawit menjadi minyak inti sawit.

Kebijakan promosi merupakan salah satu alat bagi PT. Ecogreen Oleochemicals Medan dalam mengadakan komunikasi dengan para konsumennya dan membujuk konsumen untuk membeli produk yang dijual perusahaan. Karena perusahaan menyadari penjualan tanpa adanya usaha

promosi akan memberikan hasil yang sangat terbatas jumlahnya. Hal ini berarti juga akan menghambat perkembangan perusahaan.

Kebijakan promosi yang diterapkan perusahaan dimulai dari penentuan biaya promosi yang disediakan perusahaan untuk melaksanakan kegiatan promosi ini. Untuk menentukan biaya promosi perusahaan mempergunakan metode persentase dari penjualan. Dengan metode ini sebelum menetapkan biaya promosi perusahaan terlebih dahulu menetapkan target penjualan yang diharapkan dapat direalisasikan.

Kegiatan promosi yang dilakukan sejalan dengan rencana pemasaran secara keseluruhan, serta direncanakan akan diarahkan dan dikendalikan dengan baik, diharapkan akan dapat berperan secara berarti dalam meningkatkan penjualan dan share pasar. Selain itu kegiatan promosi ini juga diharapkan akan dapat mempertahankan ketenaran merek (brand) selama ini dan bahkan ditingkatkan bila menggunakan program promosi yang tepat. Dalam rangka menunjang keberhasilan kegiatan pemasaran yang dilakukan dan efektifnya rencana pemasaran yang disusun, maka perusahaan haruslah menetapkan dan menjalankan kebijaksanaan promosi yang tepat.