

RINGKASAN

RATNA YUNITA SIRAIT, “Peranan Promosi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Minuman Pada PT. Jangkar Delta Indonesia Cabang Medan”. Di bawah bimbingan Drs. H. A. Aziz Hasan, MM selaku pembimbing I dan Hery Syahril, SE, MSi selaku pembimbing II.

Perumusan masalah ialah apakah peranan promosi dapat meningkatkan volume penjualan minuman pada PT. Jangkar Delta Indonesia Cabang Medan?

Hipotesis ialah promosi mempunyai peran yang besar untuk meningkatkan volume penjualan minuman pada PT. Jangkar Delta Indonesia Cabang Medan.

Pemasaran merupakan kunci keberhasilan usaha suatu perusahaan. Oleh karena itu, peranan pemasaran menjadi sangat penting terutama promosi, yang merupakan usaha perusahaan untuk menciptakan kesadaran, memberitahukan, membujuk, dan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk yang dikeluarkan perusahaan. Promosi berperan menarik perhatian konsumen, menarik minat calon konsumen, membuat mereka jadi ingin memiliki barang yang ditawarkan, dan mempengaruhi mereka sampai akhirnya melakukan tindakan pembelian, sehingga akan meningkatkan volume penjualan. Begitu pula halnya PT. Jangkar Delta Indonesia distributor tunggal merupakan anak perusahaan PT. Delta Djakarta Tbk., dengan cakupan jaringan distribusi tersebar di Indonesia, dan salah satunya adalah PT. Jangkar Delta Indonesia Cabang Medan.

PT. Jangkar Delta Indonesia Cabang Medan merupakan suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha mendistribusikan minuman kepada konsumen (masyarakat).

Perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya tidak terlepas dari masalah. Masalah yang paling pokok yang dihadapi oleh perusahaan adalah kendala dari perusahaan saingan yang dari dalam negeri yang memasarkan minuman juga yang mempunyai pemasaran yang sama. Dimana perusahaan saingan merupakan perusahaan besar sehingga lebih dikenal dan mempunyai promosi dan dana yang lebih besar. Untuk itu perusahaan harus selalu memperhatikan pelayanan dan kualitas produk, serta dapat bersaing dalam mempromosikan produk lebih giat dan gencar. Penulis membatasi masalah biaya promosi dan volume penjualan dari tahun 2003 sampai tahun 2007.

Untuk mengetahui/menguji analisa di atas penulis memakai tehnik analisa data dengan metode metode korelasi dari regrasi yaitu:

$$r_{x,y} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n(\sum x^2) - (\sum x)^2][n(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

Sumber data langsung dari bagian pemasaran, dan data penjualan minuman diambil selama 5 tahun (2003-2007). Sedangkan alat pengumpul data untuk skripsi ini penulis memakai alat pengumpul data yaitu wawancara dan studi dokumen.

Dalam mempromosi minuman, perusahaan memakai kebijaksanaan promosi antara lain : advertising, sales promotion, personal selling dan product display. Dari

perhitungan dengan menggunakan rumus metode korelasi peranan promosi sangat besar dalam meningkatkan volume penjualan, hal ini dapat dilihat dari hasil nilai r (korelasi) yang diperoleh sebesar 0,98.

