

PENGARUH BIAYA DIVERSIFIKASI PRODUK DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP PENJUALAN PT. HARRISON AND GIL - JAVA SEMARANG


SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang



Disusun Oleh :

Nama : Masyu Sigit Kuncoro
NIM : 94.30.2061
NIRM : 94.6.111.02016.50326
Jurusan : Manajemen

PERPUSTAKAAN 	No. INV.	1099 / E / G	TGL. 6-8-'01
	No. PEN.		
	PARAP.		

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2001

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis junjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “ Pengaruh biaya Diversifikasi Produk dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan PT. Harrison and Gil – Java Semarang.”

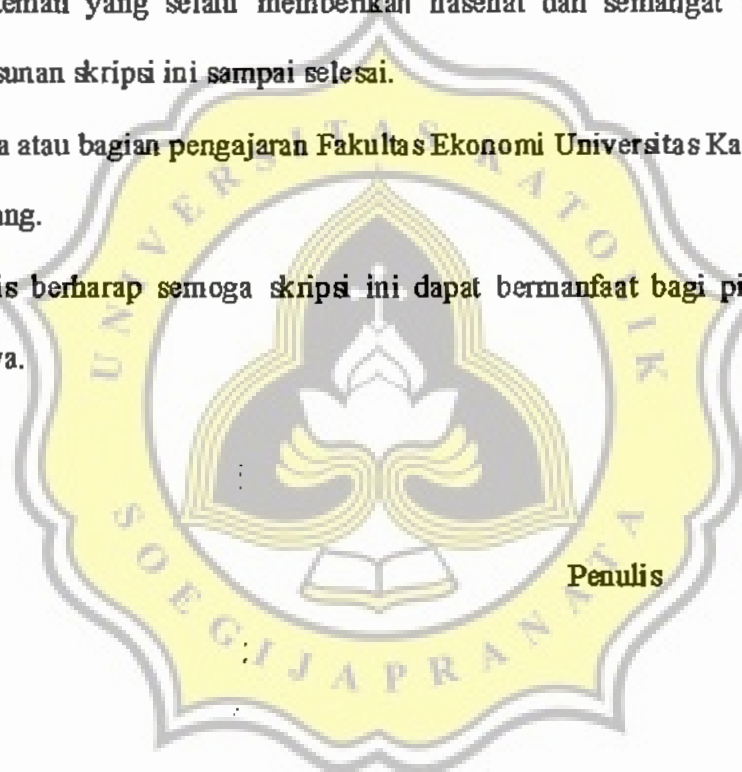
Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, penulis telah berusaha sesuai dengan kemampuan yang penulis miliki dan dengan tangan terbuka bersedia menerima saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Atas terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak dan melalui kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada ;

1. Bapak Vincent Didiek W .A, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah senantiasa memberikan kemudahan bagi terdaksananya dan terselesaikan penelitian ini.
2. Bapak Ben Karno BP, SE, MM selaku pembimbing utama yang banyak memberikan bimbingan dan motivasi bagi penulis.
3. Bapak Dra. Theo Sudhimin, Ms dosen pembimbing yang telah memberikan segenap perhatian, kesabaran, ketelitian serta saran yang menjadikan penulis terbuka akan gagasan dan ide-ide baru.
4. Bapak Anif Handoko, selaku manajer marketing perusahaan PT. Harrison and Gil-Java yang telah memberikan informasi dan data-data yang penulis perlukan.

5. Bapak / Ibu staff pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini.
6. Seluruh keluarga : Bapak, Ibu, Adik-adikku dan Istriku, yang telah memberikan dorongan, perhatian, doa dan bantuan yang tak henti-hentinya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Yakobus dan teman-teman yang selalu memberikan nasehat dan semangat serta bantuan dalam penyusunan skripsi ini sampai selesai.
8. Seluruh staff tata usaha atau bagian pengajaran Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukannya.



(Masyu Sigit Kuncoro)

ABSTRAKSI

Persaingan dunia bisnis antar para pengusaha dalam menyajikan kepuasan bagi pembeli terjadi pada dewasa ini, hal ini terjadi karena pembangunan ekonomi bangsa tidak saja meningkatkan daya beli masyarakat, melainkan juga akan meningkatkan jumlah dan jenis barang yang dipasarkan. Akibatnya, kebebasan pembeli untuk memilih barang menjadi besar. Sehingga perusahaan dituntut untuk selalu memperhatikan dan melayani kebutuhan dan keinginan konsumen apabila perusahaan itu akan lebih berhasil dari perusahaan pesaingnya.

Berdasarkan hal diatas, maka perusahaan meubel PT. Harrison and Gil-Java dalam menghadapi persaingan yang ketat khususnya dimasa yang akan datang melakukan diversifikasi produk dan promosi. Dengan Diversifikasi produk dan promosi yang dilakukan, perusahaan tidak berharap untuk menanggung resiko kehilangan konsumen akhir dimana beberapa langganan sudah mulai meninggalkan produk perusahaan dan akan membeli produk lain dari perusahaan pesaing. Akibat selanjutnya pasar perusahaan mengalami penyempitan sehingga laba perusahaan akan turun maka perusahaan mengambil kebijaksanaan untuk menambah macam produk baru dan mempromosikan produknya agar konsumen dapat mengetahui produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Diversifikasi adalah perluasan asortimen barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dengan jalan penambahan produk atau jasa baru. Macam-macam diversifikasi ada 3, yaitu :

1. Diversifikasi konsentrik, yaitu usaha menambah produk baru yang mempunyai sinergi teknologik atau sinergi pemasaran dengan garis produk yang ada.
2. Diversifikasi horisontal, yaitu usaha untuk menambah produk-produk baru yang dapat menarik para konsumen meskipun produk baru tersebut tidak mempunyai hubungan dengan garis produk yang ada.
3. Diversifikasi konglomerat, yaitu usaha untuk menambah produk-produk baru untuk dijual pada golongan, pembeli baru, dengan tujuan menjaga stabilitas produksi dan penjualan atau merupakan pemanfaatan kesempatan lingkungan yang menguntungkan. Produk baru tersebut tidak mempunyai hubungan apapun dengan garis produk yang ada, baik teknologi maupun pasar.

Besarnya diversifikasi produk diukur dari biaya yang dikeluarkan untuk terwujudnya penambahan jenis produk per periode tertentu meliputi : pelatihan karyawan produksi, tenaga ahli dan desaign, penambahan mesin dan perlengkapan baru untuk produk baru.

Sedangkan pengertian promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada pembeli atau pihak lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Tujuan promosi adalah memodifikasi tingkah laku, memberitahu, membujuk dan mengingatkan. Adapun jenis-jenis kegiatan promosi yaitu periklanan (media cetak dan media elektronik), personal selling, publisitas dan promosi penjualan. Besarnya promosi diukur dari biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam rangka mempromosikan produknya per periode tertentu.

Penjualan adalah persetujuan untuk menyerahkan barang terhadap pihak lain dengan menerima pembayaran sebagai gantinya. Tujuan penjualan bagi perusahaan pada umumnya ialah untuk mencapai volume penjualan tertentu, mendapatkan laba tertentu, dan dapat menunjang pertumbuhan perusahaan.

Produk perusahaan PT. Harrison and Gil-Java Semarang ini dibuat atau dijual berdasarkan perbedaan masing-masing jenis produk. Untuk Sofa dijual berdasarkan ukuran, jenis busa dan jenis kain, Sedangkan untuk produk coffe table dijual berdasarkan ukuran dan jenis top.

Kegiatan promosi dijalankan oleh perusahaan ini meliputi pameran dan promosi penjualan. Perusahaan dalam mengadakan pameran setiap tahun sekali. Sedangkan untuk promosi penjualan dilakukan oleh penyalurnya yang ada di Hongkong dengan memberikan potongan atau discount yaitu promosi Cash Discount (pembelian dengan membayar lunas) dan promosi Kuantitas Discount (banyaknya yang dibeli).

Berdasarkan perhitungan atau pembahasan yang telah peneliti lakukan pada perusahaan meubel PT. Harrison and Gil-Java Semarang maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

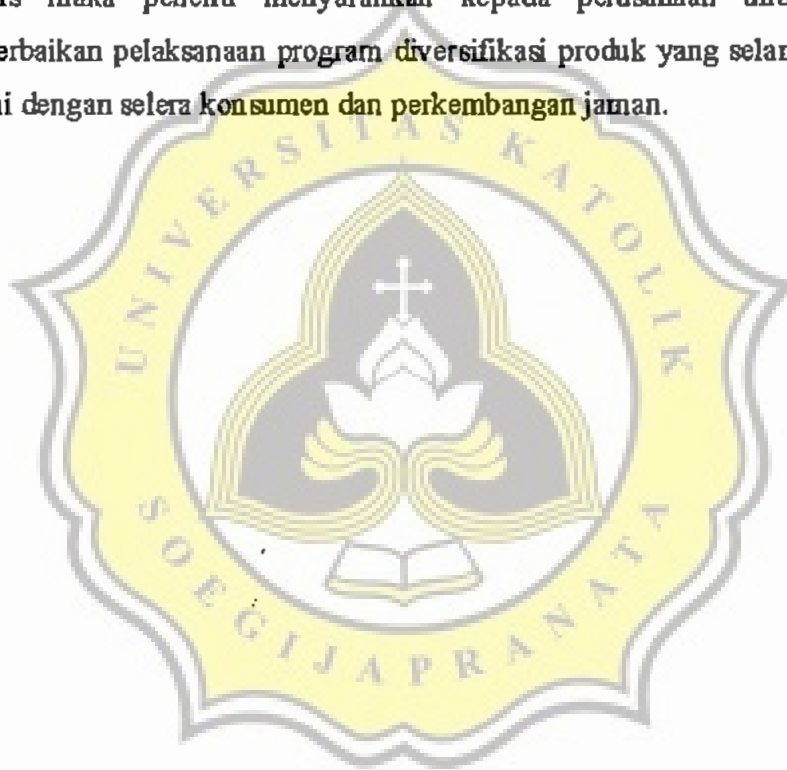
1. Hasil perhitungan regresi berganda menghasil $a = 75.403.556,154$, $b_1 = 7,226$, $b_2 = 20,547$, sehingga dimasukkan ke dalam persamaan menjadi :

$$Y = 75.403.556,154 + 7,226 X_1 + 20,547 X_2.$$

Keterangan :

- Biaya diversifikasi produk akan menaikkan penjualan sebesar 7,226 untuk setiap kenaikan 1 satuan dengan asumsi X2 tetap.
 - Biaya promosi akan menaikkan penjualan sebesar 20,547 untuk setiap 1 satuan dengan asumsi X1 tetap.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa biaya diversifikasi produk dan biaya promosi secara bersama-sama dapat mempengaruhi peningkatan hasil penjualan. Tetapi biaya promosi produk lebih besar pengaruhnya terhadap penjualan dibandingkan dengan biaya diversifikasi produk.

Dari hasil diatas maka peneliti menyarankan kepada perusahaan untuk memprioritaskan pada perbaikan pelaksanaan program diversifikasi produk yang selama ini diterapkan, agar sesuai dengan selera konsumen dan perkembangan jaman.



DAFTAR TABEL

Tabel :

- Tabel 1. Biaya Diversifikasi Produk PT. Harrison And Gil - Java dari Th 1998 - Th 1999.....
- Tabel 2. Biaya Promosi PT. Harrison And Gil - Java Th 1998 - Th 1999
- Tabel 3. Hasil Penjualan PT. Harrison And Gil - Java Th 1998 - Th 1999.....



DAFTAR GAMBAR

Gambar :

- Gambar 1. Model Kerangka Pikir.....
- Gambar 2. Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan (Distribusi t).....
- Gambar 3. Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan (Distribusi F).....
- Gambar 4. Struktur organisasi PT. Harrison And Gil - Java.....
- Gambar 5. Proses Produksi PT. Harrison And Gil - Java.....
- Gambar 6. Daerah Penentuan Biaya Diversifikasi Produk terhadap Penjualan PT. Harrison And Gil - Java.....
- Gambar 7. Daerah Penentuan Biaya Promosi terhadap Penjualan PT. Harrison And Gil - Java.....
- Gambar 8. Daerah Penentuan Regresi Berganda

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran :

- Lampiran 1. **Data Biaya Diversifikasi Produk PT. Harrison And Gil - Java Th 1998 - Th 1999**
- Lampiran 2. **Data Biaya Promosi PT. Harrison And Gil - Java Th 1998 - Th 1999**
- Lampiran 3. **Data Hasil Penjualan PT. Harrison And Gil - Java Th 1998 - Th 1999**
- Lampiran 4. **Perhitungan analisis Regresi Berganda.**
- Lampiran 5. **Tabel Distribusi t**
- Lampiran 6. **Tabel Distribusi F**
- Lampiran 7. **Surat Keterangan Penelitian dari Perusahaan.**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pembatasan Masalah.....	4
1.3 Perumusan Masalah.....	4
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	4
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	4
1.4.2 Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II : LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1. Pemasaran.....	6
2.1.2. Diversifikasi Produk.....	8
2.1.2.1 Pengertian Diversifikasi Produk.....	8
2.1.2.2 Bentuk – bentuk Diversifikasi.....	10

2.1.3.	Promosi.....	12
2.1.3.1.	Pengertian Promosi.....	12
2.1.3.2.	Arti Pentingnya Promosi.....	13
2.1.3.3.	Tujuan Promosi.....	14
2.1.3.4.	Jenis Jenis Promosi.....	15
2.1.4.	Penjualan.....	25
2.1.4.1.	Pengertian Penjualan.....	25
2.1.4.2.	Tujuan Penjualan.....	26
2.1.4.3.	Faktor –faktor yang mempengaruhi Kegiatan Penjualan.....	27
2.2.	Kerangka Pikir.....	28
2.3.	Hipotesis Penelitian.....	29
2.4.	Definisi Operasional.....	30
BAB III :	METODE PENELITIAN.....	31
3.1.	Obyek Penelitian.....	31
3.2.	Jenis dan metode Pengumpulan Data.....	32
3.3.	Tehnik Analisis Data.....	33
BAB IV :	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	36
4.1.1.	Sejarah Perusahaan.....	36
4.1.2.	Lokasi Perusahaan.....	36
4.1.3.	Struktur Organisasi.....	37
4.1.4.	Personalia.....	40

4.1.5. Produksi.....	41
4.2. Hasil Penelitian.....	45
4.2.1. Biaya Diversifikasi Produk.....	45
4.2.2. Biaya Promosi.....	47
4.2.3. Hasil Penjualan.....	48
4.3. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	49
4.3.1. Analisis Regresi Berganda.....	49
4.3.2. Pengujian Hipotesis.....	50
4.4. Analisis Koefisien Determinasi.....	52
4.5. Implikasi Manajemen Manajerial.....	53
BAB V: PENUTUP.....	54
5.1. Kesimpulan.....	54
5.2. Saran - Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

