

**PENGARUH *ADVERTISING* TERHADAP VOLUME
PENJUALAN PADA PT.GARUDAFOOD
PUTRA-PUTRI JAYA
MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Sebagian Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen
Universitas Katolik Widya Karya Malang**



**Disusun Oleh :
Stephanie Andjaja
NIM : 200611043**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN**

2010

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Stephanie Andjaja

NIM : 200611043

Universitas : Katolik Widya Karya Malang

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul : **PENGARUH *ADVERTISING* TERHADAP VOLUME PENJUALAN
PADA PT.GARUDAFOOD PUTRA-PUTRI JAYA MALANG**

Malang, 10 Juli 2010

DITERIMA dan DISETUJUI

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Anni Yudiastuti, MP
NIP/NIK : 190015

Drs. Cornelius Niwadolo, MM
NIP/NIK : 185004

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Silvia Indrarini, MM,Ak
NIP/NIK : 193027

Drs. Cornelius Niwadolo, MM
NIP/NIK : 185004

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Kami yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **PENGARUH ADVERTISING TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. GARUDAFOOD PUTRA-PUTRI JAYA MALANG** merupakan karya asli dari :

Nama : Stephanie Andjaja
NIM : 200611043
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

dan bukan karya plagiat baik sebagian maupun seluruhnya.

Demikian pernyataan ini kami buat dengan sebenar – benarnya dan apabila terdapat kekeliruan kami bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku

Malang, Juni 2010

Stephanie Andjaja

DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Anni Yudiastuti, MP
NIP/NIK : 190015

Drs. Cornelius Niwadolo, MM
NIP/NIK : 185004

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Silvia Indrarini, MM,Ak
NIP/NIK : 193027

Drs. Cornelius Niwadolo, MM
NIP/NIK : 185004

Skripsi yang Berjudul :

**PENGARUH *ADVERTISING* TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA
PT. GARUDAFOOD PUTRA–PUTRI JAYA MALANG**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Stephanie Andjaja

NIM : 200611043

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 15 Juni 2010 dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1).

Disahkan oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Widya Karya Malang

Dra. Silvia Indrarini, MM, Ak
NIP/NIK : 193027

DEWAN PENGUJI

1. Dra. Anni Yudiastuti, MP
2. Drs. Junianto Tjahjo, MM
3. Drs. Cornelius Niwadolo, MM

TANDA TANGAN

.....
.....
.....

RIWAYAT HIDUP

Nama : Stephanie Andjaja

NIM : 200611043

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tempat/Tanggal Lahir : Malang/23 Juli 1988

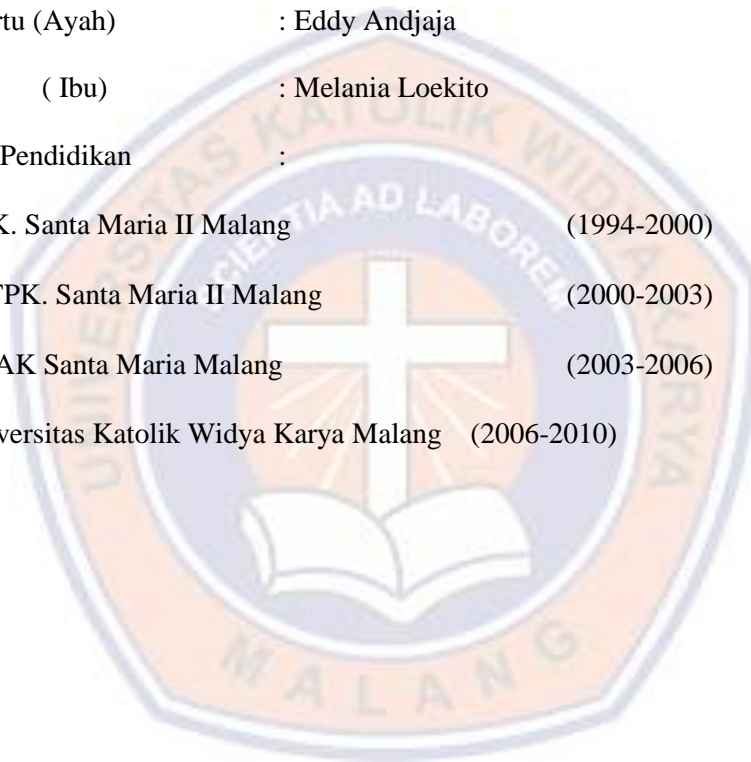
Alamat : Jl. Rengganis 6 Malang

Nama Ortu (Ayah) : Eddy Andjaja

(Ibu) : Melania Loekito

Riwayat Pendidikan :

- SDK. Santa Maria II Malang (1994-2000)
- SLTPK. Santa Maria II Malang (2000-2003)
- SMAK Santa Maria Malang (2003-2006)
- Universitas Katolik Widya Karya Malang (2006-2010)



MOTTO

*Nobody's perfect but no matter
what we are doing we'll never get
wrong by giving your best*

quote by 尊



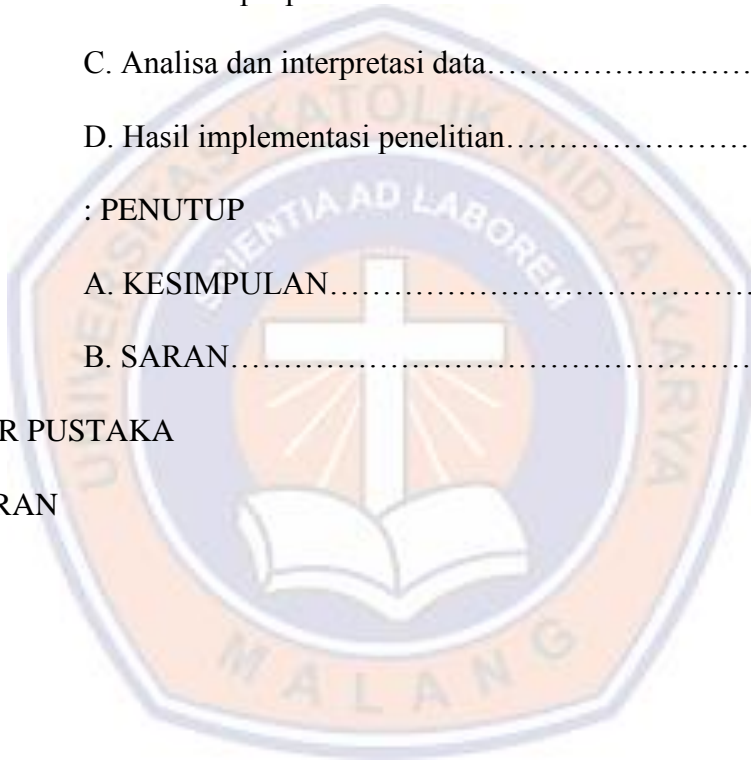
DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	
HALAMAN SKRIPSI YANG BERJUDUL	
HALAMAN SURAT KETERANGAN PERUSAHAAN	
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	
HALAMAN MOTTO	
HALAMAN RIWAYAT HIDUP	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
ABSTRAKSI.....	vii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan masalah.....	3
C. Tujuan dan manfaat penelitian.....	4
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Peneliti terdahulu.....	6
B. Landasan teori.....	8
1. Pengertian pemasaran dan manajemen pemasaran.....	8
2. Pengertian <i>advertising</i>	10
3. Tujuan <i>advertising</i> dan manfaat <i>advertising</i>	10

	4. Fungsi <i>advertising</i>	11
	5. Sasaran <i>advertising</i>	12
	6. Faktor – faktor penting dalam proses periklanan.....	12
	7. Macam – macam media iklan.....	16
	8. Jenis iklan.....	19
	9. Keuntungan – keuntungan <i>advertising</i>	20
	10. Pengertian volume penjualan.....	20
	11. Hubungan <i>advertising</i> dengan volume penjualan.....	20
	C. Kerangka pikir.....	21
	D. Hipotesis.....	22
BAB III	: METODE PENELITIAN	
	A. Jenis penelitian.....	23
	B. Lokasi penelitian.....	23
	C. Sumber data.....	23
	D. Jenis data.....	24
	E. Definisi operasional.....	24
	F. Metode pengumpulan data.....	25
	G. Teknik analisis data.....	26
BAB IV	: ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA	
	A. Sejarah singkat perusahaan.....	29
	1. Lokasi perusahaan.....	31
	2. Struktur organisasi.....	33
	3. Tugas dan tanggung jawab masing – masing jabatan.....	35

4. Personalia.....	39
5. Pemasaran.....	41
6. Keuangan.....	43
7. Tujuan perusahaan.....	43
B. Penyajian data penelitian	
1. Data tentang <i>advertising</i>	46
2. Deskripsi pelaksanaan.....	49
C. Analisa dan interpretasi data.....	50
D. Hasil implementasi penelitian.....	55
BAB V : PENUTUP	
A. KESIMPULAN.....	64
B. SARAN.....	65
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Jumlah Karyawan Perusahaan.....	40
Tabel 4.2 Data Biaya <i>Advertising</i> Perusahaan Tahun 2005 -2009.....	46
Tabel 4.3 Data <i>Advertising</i> yang Digunakan Perusahaan.....	47
Tabel 4.4 Data Target dan Realisasi Penjualan Tahun 2005-2009.....	48
Tabel 4.5 Analisis Kegiatan Pelaksanaan Media <i>Advertising</i> Pada PT. Garudafood Putra-Putri Jaya Malang.....	57
Tabel 4.6 Modifikasi Perbaikan Pelaksanaan <i>Advertising</i>	61



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan YME yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya sehingga dapat terselesaikannya penyusunan tugas akhir atau skripsi yang berjudul *PENGARUH ADVERTISING TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. GARUDAFOOD PUTRA – PUTRI JAYA MALANG*.

Disusunnya skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Karya Malang. Skripsi ini disusun dengan usaha dan kerja keras agar dapat memperoleh hasil yang sebaik – baiknya.

Dalam penyusunan skripsi ini, telah banyak bantuan dan juga bimbingan yang diterima oleh peneliti dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini tidak lupa peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar–besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu antara lain :

1. Romo Michael Agung Christiputra O.Carm, selaku Rektor Universitas Katolik Widya Karya Malang.
2. Ibu Dra. Silvia Indrarini, MM, Ak , selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang.
3. Bapak Drs.Cornelius Niwadolo, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Karya Malang dan juga Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan berupa saran–saran dan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terwujud.

4. Ibu Dra. Anni Yudiastuti, MP, selaku pembimbing I yang dengan ikhlas meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan dalam bentuk saran-saran dan petunjuk yang berguna sehingga dapat terwujudnya skripsi ini.
5. Bapak Eko Wardoyo, selaku *Area Sales Promotion Manager* PT. Garudafood Putra-Putri Jaya Malang yang telah membantu dalam memberikan dan mengumpulkan data-data untuk menunjang penelitian ini sehingga skripsi ini dapat terwujud.
6. Orangtua tercinta yang telah memberikan dukungan dan bantuan yang berupa materiil dan non materiil dalam rangka penyusunan skripsi ini.
7. Para sahabat dan teman-teman baik di luar Universitas maupun di dalam Universitas khususnya teman-teman seangkatan jurusan Manajemen Unika Widya Karya Malang angkatan tahun 2006 serta pihak-pihak lain yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya, oleh karena itu jika ada kritik dan saran yang bersifat membangun bagi peneliti sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi banyak pihak serta memberikan manfaat dan masukan bagi para pembaca dan juga membantu bagi PT. Garudafood Putra-Putri Jaya Malang.

Malang, Juni 2010

Stephanie Andjaja

**PENGARUH *ADVERTISING* TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA
PT. GARUDAFOOD PUTRA – PUTRI JAYA MALANG**

ABSTRAKSI

Manajemen pemasaran memegang peranan yang penting untuk mencapai tujuan perusahaan. Salah satu strategi yang sering digunakan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk ataupun jasanya adalah dengan melalui iklan atau *advertising*. Dengan adanya iklan atau *advertising* pada sebuah perusahaan maka perusahaan tersebut dapat lebih menjangkau pasarnya secara lebih luas. PT. Garudafood Putra-Putri Jaya Malang adalah salah satu perusahaan yang juga menggunakan media *advertising* sebagai sarana pemasaran produk. PT. Garudafood Putra – Putri Jaya Malang menggunakan media *advertising* berupa papan nama, brosur, radio dan spanduk. Media ini dianggap kurang efektif karena brosur diadakan jika ada even-even tertentu saja. Antara lain even-even yang diselenggarakan Malang *Town Square* dan *Mall Olympic Garden* untuk lomba mewarnai dan menggambar. Di luar even-even tersebut perusahaan tidak mengeluarkan brosur.

Tujuan penelitian antara lain untuk mengetahui pelaksanaan kegiatan *advertising* pada PT. Garudafood Putra-Putri Jaya Malang dan untuk mengetahui signifikansi pengaruh pelaksanaan *advertising* yang signifikan terhadap volume penjualan pada PT. Garudafood Putra-Putri Jaya Malang. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksplanatori. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder. Jenis data adalah data kualitatif dan kuantitatif. Sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, analisis regresi linier sederhana, serta uji hipotesis yang terdiri dari koefisien determinasi dan uji F.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah pelaksanaan media *advertising* kurang efektif terutama pada pelaksanaan media brosur dan spanduk yang hanya digunakan pada even-even tertentu. Selain itu dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terjadi signifikansi pengaruh *advertising* terhadap volume penjualan. Dengan bukti nilai koefisien determinasi sebesar 0,664 atau 66,4% yang menghasilkan persamaan $Y = -1.022.054.597,93 + 28,37x + e$. dari uji F terbukti pengaruh signifikan dengan nilai F hitung $> F$ tabel dengan nilai signifikan $F = 0,04 < 0,05$ (£).

Kata kunci : $X = advertising$ dan $Y = volume$ penjualan.

BAB I

PENDAHULUAN

A.Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi sekarang ini makin banyak perusahaan yang bermunculan di sekitar masyarakat. Dengan banyaknya perusahaan tersebut membuat perusahaan harus bersaing dengan ketat untuk memperoleh konsumen maupun pelanggan yang akan membuat perusahaan-perusahaan tersebut bisa terus bertahan.

Di samping itu perusahaan-perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang terus meningkat jika perusahaan-perusahaan tersebut bisa merebut hati calon konsumen maupun calon pelanggannya. Salah satu upaya menghadapi persaingan antara perusahaan-perusahaan adalah strategi dalam bidang pemasaran, karena pemasaran merupakan tonggak utama bagi sebuah perusahaan untuk dapat dikenal oleh para calon konsumennya.

Manajemen pemasaran memegang peranan yang penting untuk mencapai tujuan perusahaan. Salah satu strategi yang sering digunakan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk ataupun jasanya adalah dengan melalui iklan atau *advertising*. Dengan adanya iklan atau *advertising* pada sebuah perusahaan maka perusahaan tersebut dapat lebih menjangkau pasarnya secara lebih luas.

Advertising merupakan salah satu cara yang paling sering digunakan oleh perusahaan demi tercapainya tujuan perusahaan. Dengan digunakannya *advertising* atau periklanan diharapkan para calon konsumen maupun calon pelanggannya dapat memperoleh informasi yang sebanyak-banyaknya tentang produk atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan.

Kotler (2002 : 658) mengungkapkan periklanan (*advertising*) adalah “segala bentuk dan penyajian promosi ide, barang atau jasa secara non personal oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran”.

Kegiatan *advertising* selain dijadikan sebagai sebuah media pemasaran untuk mengenalkan produk, juga untuk meningkatkan omset penjualan produk sehingga dapat mencapai target-target yang telah ditetapkan sebelumnya. *Advertising* bertujuan untuk memengaruhi konsumennya untuk segera melakukan pembelian terhadap produk tersebut dan menjadi pelanggan bagi perusahaan.

PT. Garudafood Putra-Putri Jaya Malang adalah salah satu perusahaan yang juga menggunakan media *advertising* sebagai sarana pemasaran produk. Saat ini PT. Garudafood Malang lebih banyak menggunakan media *advertising* sebagai bagian dari bauran pemasaran (*promotional mix*) sedangkan bauran promosi yang lain seperti promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan perseorangan (*personal selling*), dan publisitas (*publicity*) sudah ditetapkan oleh perusahaan pusat. Selain itu karena perusahaan menganggap bahwa akan lebih efektif jika perusahaan mempromosikan produk-produknya melalui media *advertising*.

PT. Garudafood Putra–Putri Jaya Malang menggunakan media *advertising* berupa papan nama, brosur, radio dan spanduk. Penggunaan papan nama sudah efektif dalam penempatan dan *design*-nya. Iklan melalui radio menggunakan jasa Radio Elfara 93 FM disiarkan 2 hari sekali. Dapat dikaji bahwa secara umum penggunaan media *advertising* melalui papan nama dan radio sudah efektif. Sedangkan pelaksanaan media *advertising* brosur dan spanduk perlu diperbaiki karena brosur dan spanduk hanya digunakan jika perusahaan menjadi sponsor even-even tertentu antara lain seperti even lomba mewarnai dan menggambar di Malang *Town Square* dan *Mall Olympic Garden*.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka perlu diadakan penelitian dengan judul : **“PENGARUH *ADVERTISING* TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. GARUDAFOOD PUTRA-PUTRI JAYA MALANG”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah pelaksanaan kegiatan *advertising* pada PT. Garudafood Putra-Putri Jaya Malang?
2. Apakah pelaksanaan *advertising* berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan pada PT. Garudafood Putra-Putri Jaya Malang?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pelaksanaan kegiatan *advertising* pada PT.Garudafood Putra-Putri Jaya Malang.
- b. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh pelaksanaan *advertising* yang signifikan terhadap volume penjualan pada PT.Garudafood Putra-Putri Jaya Malang.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi perusahaan.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi atau sumbangan pemikiran bagi perusahaan agar perusahaan ke depannya dapat memecahkan masalah dalam hal *advertising* sekaligus dapat memperbaikinya sehingga volume penjualan dapat lebih ditingkatkan. Dan juga diharapkan perusahaan dapat menentukan langkah yang tepat untuk masa yang akan datang dalam hal *advertising*.

b. Bagi peneliti.

Agar peneliti dapat lebih dalam mengetahui apa saja masalah – masalah yang dihadapi oleh perusahaan khususnya dalam bidang pemasaran

sekaligus lebih mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang pemasaran.

c. Bagi perguruan tinggi.

Diharapkan dapat memberikan referensi yang berguna bagi perguruan tinggi di masa yang akan datang. Sekaligus memberikan sumbangan penelitian yang bersifat ilmiah terhadap perguruan tinggi.

d. Bagi peneliti lain.

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi sekaligus dapat membantu peneliti yang juga sedang membuat laporan penelitian.

