

**PENERAPAN BAURAN PROMOSI DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH SISWA BARU PADA LP
ALFABANK SURAKARTA**

Tugas Akhir Ini Diajukan Untuk Memenuhi Sebab Syarat Guna Mencapai Gelar Ahli
Madya Manajemen Pemasaran
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Sebelas Maret
Surakarta



Disusun oleh:
ANSYE NOVIANA
NIM : F 3202011

**PROGRAM DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2005**

ABSTRAKS

PENERAPAN BAURAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH SISWA BARU PADA LEMBAGA PENDIDIKAN KOMPUTER ALFABANK SURAKARTA

**ANSYE NOVIANA
F. 3202011**

Perkembangan perekonomian Indonesia di era globalisasi sekarang ini menuntut perusahaan melakukan persaingan untuk merebut bahkan menguasai pasar. Untuk itu perusahaan harus melakukan serangkaian kebijaksanaan pemasaran yang erat hubungannya dengan variabel – variabel marketing mix. Dalam hal ini variabel yang sangat penting sebagai alat pemasaran adalah promosi. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan pemasaran. Selain bertujuan untuk meningkatkan penjualan, kegiatan promosi juga mempunyai fungsi untuk meyakinkan konsumen bahwa produk yang ditawarkan mempunyai keunggulan. Promosi terdiri dari empat komponen utama yang biasa disebut bauran promosi antara lain periklanan, promosi penjualan, personal selling, publisitas. Dengan menggunakan media tersebut diharapkan meningkatkan jumlah siswa.

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui peranan jenis promosi yang digunakan sekarang ini dalam meningkatkan jumlah siswa baru pada LP Alfabank Surakarta. Metode penelitian yang digunakan dalam pengumpulan data adalah dengan wawancara. Teknik analisis yang dipakai adalah teknik analisis diskriptif untuk menggambarkan kegiatan promosi LP Alfa bank Surakarta dan teknik kuantitatif dengan metode perbandingan antara biaya promosi dengan jumlah siswa.

Media promosi yang digunakan oleh LP Alfabank Surakarta adalah periklanan, dengan menggunakan media yaitu koran, blok note, pamflet, spanduk, jam dinding, papan pengumuman, baliho. Promosi penjualan dilakukan dengan cara memberikan bea siswa bagi para pelajar yang berprestasi dan juga memberikan potongan biaya pendaftaran. Personal selling dilakukan dengan cara presentasi ke SLTA yang berada di wilayah karisidenan Surakarta. Publisitas dilakukan oleh pers yang meliput kegiatan dan peristiwa yang ada hubungannya dengan pihak lembaga seperti pemberian penghargaan kepada LP Alfa bank Surakarta.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penerapan bauran promosi yang digunakan oleh LP Alfabank Surakarta pada tahun 2000 sampai tahun 2002 dapat meningkatkan jumlah siswa. Sedangkan tahun 2003 dan tahun 2004 penerapan bauran promosi belum dapat meningkatkan jumlah siswa.

Saran yang dapat diberikan hendaknya LP Alfabank dalam mengantisipasi pesaing, pada promosi penjualan selain memberikan bea siswa bagi pelajar berprestasi dan potongan biaya pendaftaran, juga memberikan potongan biaya pendidikan bagi siswa yang mendaftar lebih awal. Untuk kegiatan personal selling

dengan mengadakan kegiatan presentasi tidak hanya di wilayah karesidengan Surakarta namun juga di daerah sekitar Surakarta antara lain Wonogiri, Sukoharjo, Sragen.

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Tugas Akhir Dengan Judul “ **Penerapan Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa baru Pada Lembaga Pendidikan Komputer Alfabank Surakarta**, Telah Disetujui Oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir Pada:

Surakarta, Juli 2005

Disetujui dan diterima oleh :

Dosen Pembimbing

Dra. Srisuwarsi, MM

NIP: 130 516 344

HALAMAN PENGESAHAN

Telah disetujui dan diterima oleh team penguji
Tugas Akhir Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret guna melengkapi
tugas-tugas dan syarat-syarat untuk memperoleh Gelar Ahli Madya
Manajemen Pemasaran

Surakarta, 30 Juli 2005

Tim Penguji Tugas Akhir

1. Drs. Mugi Harsono, SE, MSi ()
132 134 697
2. Dra. Srisuwarsi, MM ()
130 160 344

MOTTO

Percayalah kepada Tuhan dan lakukanlah yang baik di tanah di negeri dan
berlakuilah setia dan bergembiralah karena Tuhan, maka Ia akan memberikan
kepadamu apa yang diinginkan hatimu.

(Mzm 37:3-4)

Berikanlah dan lakukanlah yang terbaik kepada semua yang ada di sekitarmu.

(penulis)

Hidup tidak hanya sekali, namun ada kehidupan lain yang akan kita jalani saat
dunia tempat kita berpijak hari ini nantinya musnah.

(penulis)

PERSEMBAHAN

Karya kecil ini penulis persembahkan kepada
Papa dan Mama yang memberikan kasih sayang
adikku yang tercinta, Adikku Neo dan Rois yang selalu mendukungku
dan teman-teman yang setia bersamaku dalam duka ataupun suka.

Karya kecil ini penulis persembahkan kepada
Papa dan Mama yang memberikan kasih sayang
adikku yang tercinta, Adikku Neo dan Rois yang selalu mendukungku
dan teman-teman yang setia bersamaku dalam duka ataupun suka.

Karya kecil ini penulis persembahkan kepada
Papa dan Mama yang memberikan kasih sayang
adikku yang tercinta, Adikku Neo dan Rois yang selalu mendukungku
dan teman-teman yang setia bersamaku dalam duka ataupun suka.

Karya kecil ini penulis persembahkan kepada

- Papa dan Mama yang memberikan kasih sayang
- Adikku Neo dan Rois yang selalu mendukungku
- Teman-teman yang setia bersamaku dalam duka ataupun suka

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan yang maha esa atas berkat dan kasihnya yang melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul” Penerapan Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Baru Pada LP Alfabank Surakarta”.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan tugas akhir memperoleh bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, maka dengan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tulus dan penghargaan setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu baik langsung maupun tidak langsung dalam penulisan tugas akhir ini:

1. Ibu Dra Srisuwarsi, MM selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, petunjuk, saran serta meluangkan waktu disela tugas mengajar.
2. Ibu Dra Salamah Wahyuni, SU selaku dekan fakultas ekonomi.
3. Ibu Any dan Mas Rosid nara sumber dan pihak marketing LP Alfabank Surakarta
4. Mama dan Papa yang selalu menyanyangi.
5. Neo dan Rois yang selalu menyayangi.
6. Sahabat-sahabatku semuanya Fetty, Rima, Risma, Nopita.
7. Semua teman D3 angkatan 2002.

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAKS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii

BAB. I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian.....	3
D. Metodologi Penelitian.....	4
E. Pengumpulan data.....	5

BAB. II KAJIAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka.....	6
B. Kerangka Penelitian.....	16

BAB. III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Berdirinya Perkembangan LP Alfabank.....	17
B. Struktur Organisasi dan Jabatan.....	19
C. Fasilitas Pendidikan.....	30
D. Kepegawaian.....	30
E. Program Pendidikan.....	32
F. Visi, Misi, dan Saran.....	35
G. Kegiatan Pemasaran.....	40
H. Alokasi Biaya Promosi.....	51
I. Analisis Metode Perbandingan.....	54

BAB IV. KESIMPULAN DAN SARAN..... 54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
III.1 Hasil Pendapatan LP Alfabank.....	41
III.2 Biaya Promosi Tahun 2000-2004.....	42
III.3 Biaya Promosi Tahun 2000.....	43
III.4 Biaya Promosi Tahun 2001.....	44
III.5 Biaya Promosi Tahun 2002.....	45
III.6 Biaya Promosi Tahun 2003.....	46
III.7 Biaya Promosi Tahun 2004.....	47
III.8 Hasil Perolehan Siswa Tahun 2000-2004.....	49
III.9 Hasil Perbandingan.....	52

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian di era globalisasi sekarang ini sangat pesat dan ketat dalam hal persaingan bisnis. Untuk itu dengan adanya era globalisasi memungkinkan perusahaan-perusahaan, baik nasional maupun asing dituntut melakukan persaingan dalam perdagangan bebas untuk merebut bahkan menguasai pangsa pasar. Demikian juga yang terjadi pada perekonomian Indonesia yang sekarang ini memasuki era globalisasi. Untuk dapat menguasai pangsa pasar itu sendiri, suatu perusahaan harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Untuk itu perusahaan harus selalu memperhatikan selera dan keinginan konsumen yang selalu berubah-ubah, sehingga perusahaan harus tanggap pada setiap perubahan yang terjadi. Sedangkan untuk mengetahui masalah tersebut perusahaan perlu melakukan serangkaian kebijakan dalam pemasaran, sehingga perusahaan dapat menjadi market leader yang pada akhirnya dapat mencapai laba seoptimal mungkin.

Kebijakan dalam pemasaran hampir selalu berkaitan dengan variabel-variabel marketing mix. Sedangkan variabel-variabel marketing mix itu sendiri mencakup: produksi, harga, tempat, dan promosi. Dalam hal ini variabel yang sangat penting sebagai alat pemasaran adalah promosi karena merupakan ujung tombak perusahaan. Perusahaan akan melakukan kegiatan promosi dengan berbagai strategi untuk meningkatkan volume penjualan.

Selain bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan, kegiatan promosi juga mempunyai fungsi untuk menyakinkan konsumen bahwa produk yang ditawarkan mempunyai keunggulan yang berbeda dibanding pesaing. Keberhasilan dalam melakukan promosi akan mampu menciptakan citra unggul produk yang kemudian diharapkan dapat menyaring calon-calon konsumen potensial.

Berdasarkan teori manajemen pemasaran untuk mengkomunikasikan suatu produk suatu perusahaan harus menyusun strategi yang tepat yang biasa disebut dengan bauran promosi (promotional mix) yang terdiri dari empat komponen utama yaitu: periklanan (advertising) bentuk presentasi dan promosi non pribadi tentang ide, barang, dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu. Promosi penjualan (sales promotion) kegiatan pemasaran selain personal selling, periklanan, dan publisitas yang mendorong pembelian konsumen dan efektivitas pengecer. Penjualan pribadi (personal selling) presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan. Publisitas (publicity) pendorongan permintaan secara non pribadi untuk suatu produk, jasa, atau ide dengan menggunakan berita komersial didalam media massa dan sponsor tidak dibebani sejumlah bayaran secara langsung. Tujuan utama strategi pemasaran adalah mengalokasikan sumber daya yang dimiliki secara efektif, mengkoordinasikan kegiatan – kegiatan perusahaan dan mencapai tujuan yang spesifik.

Pada saat ini banyak sekali berdiri lembaga pendidikan komputer di Solo, sehingga persaingan semakin ketat dan pesat. Hal ini menuntut semua lembaga

pendidikan komputer memilih promosi yang tepat untuk meningkatkan jumlah siswa. Seperti halnya pada lembaga pendidikan Alfabank Surakarta guna meningkatkan jumlah siswanya serta menghadapi persaingan yang ketat maka lembaga pendidikan ini menerapkan bauran promosi yang tepat.

Dalam penelitian ini, penulis mengambil obyek penelitian pada lembaga (LP) Alfabank Surakarta yang bergerak dalam pendidikan komputer. Dalam hal ini LP Alfabank mempunyai peran penting yaitu turut meningkatkan ketrampilan masyarakat dalam mengaplikasikan komputer.

Berdasarkan uraian di atas tersebut, maka penulis mengambil judul: **”PENERAPAN BAURAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH SISWA BARU PADA LEMBAGA PENDIDIKAN KOMPUTER ALFABANK SURAKARTA ”.**

B. Perumusan Masalah

Mengingat pentingnya sistem bauran promosi (promotional mix) bagi suatu perusahaan dan setelah meninjau keadaan perusahaan , maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut: “Apakah sistem promosi yang digunakan oleh Lembaga Pendidikan Alfabank sekarang ini dapat meningkatkan jumlah siswa baru?”

C. Tujuan Penelitian Dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan dari penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui peranan jenis promosi yang digunakan sekarang ini dalam meningkatkan jumlah siswa baru.

2. Kegunaan penelitian ini adalah :

a) Bagi perusahaan :

Sebagai bahan perencanaan kegiatan pemasaran, sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan serta kebijakan pemasaran yang akan datang dalam memilih jenis media promosi yang digunakan.

b) Bagi penulis :

Untuk melengkapi tugas kurikulum dari Universitas dan untuk menerapkan pengetahuan teoritis yang penulis dapatkan di bangku kuliah.

c) Bagi pembaca :

Dapat digunakan sebagai acuan dalam pembuatan tugas lain yang sejenis dan juga memberikan informasi tentang promosi yang digunakan lembaga pendidikan Alfabank.

D. Metode Penelitian

1. Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Lembaga Pendidikan Komputer Alfabank Surakarta

2. Jenis Data

Data primer

Adalah data atau fakta yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian melalui wawancara secara lisan ke tempat penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Penulis melakukan wawancara langsung dengan pihak terkait untuk menggali informasi yang relevan dengan tujuan penelitian dengan pokok-pokok yang dianggap perlu sehubungan dengan data yang diperlukan.

2. Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi yaitu pencarian data melalui catatan atau arsip perusahaan yang berkaitan dengan objek penelitian.

3. Analisis Data

Dalam menganalisis data, penulis menggunakan analisis metode perbandingan dengan rumus :

$$\frac{\text{Biaya promosi pertahun}}{\text{Jumlah perolehan siswa pertahun}}$$

Analisis metode perbandingan ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat alokasi biaya promosi terhadap pencapaian jumlah siswa.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka

1. Pengertian Promosi

Pada dasarnya promosi merupakan usaha dalam bidang informasi himbauan (persuasion = bujukan) dan komunikasi. Dan untuk lebih jelasnya pengertian tentang istilah promosi didefinisikan oleh beberapa ahli sebagai berikut:

Promosi adalah "Arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada suatu tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran" (Swasta, 1996:237).

Menurut Perreaut dan Mc.Carthy (1999:382), promosi adalah "Komunikasi informasi antara pembeli dan penjual atau individu yang lain dalam satu saluran untuk mempengaruhi sifat dan perilaku".

Stanton (1984:136) mendefinisikan promosi sebagai "Kombinasi periklanan, penjualan personal, promosi penjualan dan lain cara promosi digunakan untuk mencapai tujuan program pemasaran".

Lamb, Hair, Mc Daniel (2001:146), promosi adalah "Komunikasi dari para pemasar yang menginformasikan, membujuk dan mengingatkan para calon pembeli produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon".

Menurut Vernon A Musselman-John H Jackson (1992:2), promosi sebagai ”Upaya perusahaan untuk mempengaruhi para pelanggan agar mau membeli”.

Menurut Drs. Marwan Asri, SW, MBA & Drs. John S (1986:223) Mendefinisikan promosi sebagai ”Kegiatan yang ditujukan untuk memperkenalkan produk, produsen, dan tempat penjualan sekaligus merangsang timbulnya keinginan untuk membeli”.

Menurut Swastha dan Irawan (1990:352) dalam prakteknya, promosi dapat dilakukan dengan mendasarkan pada tujuan sebagai berikut:

a) Memodifikasi tingkah laku.

Dalam hal ini promosi dilakukan untuk merubah tingkah laku, pendapat dan memperkuat tingkah laku yang ada.

b) Memberi tahu.

Kegiatan promosi dapat dilakukan untuk memberi tahu pasar yang dituju tentang penawaran perusahaan.

c) Membujuk.

Kegiatan promosi dilakukan untuk melakukan bujukan ke arah proses pembelian.

d) Mengingat.

Promosi yang dilakukan untuk mengingatkan terutama dilakukan untuk mempertahankan merk produk dibenak konsumen.

2. Pengertian Bauran Promosi

Dengan adanya kegiatan promosi perusahaan mengharapkan untuk dapat meningkatkan volume penjualan. Dengan ini perusahaan harus dapat menentukan bentuk bauran promosi yang tepat untuk mencapai harapan tersebut.

Menurut Stanton (1984:137) mendefinisikan bauran promosi sebagai "Suatu kegiatan yang meliputi periklanan, penjualan personal dan alat promosi lain penjualan".

Definisi lain dikemukakan oleh Swastha (1984:238), bauran promosi sebagai "Kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling dan alat promosi yang lain yang kesemuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan".

Menurut Perreault dan Mc Carthy (1999:383), "Manajer pemasaran dapat memilih beberapa metode promosi, seperti Personal Selling, Mass Selling dan Sales Promotion". Metode-metode tersebut jika dikombinasikan akan menjadi bauran promosi.

Lamb, Hair, Mc Daniel (2001:146) mendefinisikan bauran promosi sebagai "Kombinasi dari alat-alat promosi termasuk periklanan, hubungan masyarakat, dan promosi penjualan digunakan untuk mencapai sasaran dan memenuhi tujuan organisasi secara keseluruhan.

Kegunaan bauran promosi yaitu untuk membantu perusahaan dalam menentukan jenis promosi yang akan digunakan dalam memperkenalkan produknya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan program penjualan perusahaan.

Menentukan bentuk bauran promosi yang paling efektif merupakan tugas yang sangat sulit dalam manajemen pemasaran. Manajemen harus mencari kombinasi yang baik atas penggunaan metode-metode tersebut.

Menurut Stanton (1999:240), dalam menentukan bentuk bauran promosi ada 4 faktor yang perlu dipertimbangkan :

a. Dana yang tersedia

Perusahaan yang mempunyai dana lebih besar akan mengadakan kegiatan promosi yang lebih efektif daripada perusahaan yang mempunyai dana yang terbatas. Kegiatan promosi yang menyerap dana paling besar pada umumnya adalah kegiatan penjualan tatap muka. Oleh karena itu, bagi perusahaan yang kurang kuat finansialnya akan cenderung menggunakan metode promosi yang lain.

b. Sifat pasar.

Beberapa sifat pasar yang mempengaruhi bauran promosi yaitu: Luas geografis pasar, Konsentrasi pasar dan Jenis pembeli. Pertimbangan lain adalah banyaknya jenis pembeli yang potensial.

c. Jenis produk.

Penentuan bentuk bauran promosi yang tepat juga dipengaruhi oleh jenis produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Media yang digunakan untuk promosi barang industri akan berbeda media promosinya dengan barang operating supplies.

d. Siklus hidup produk.

Penentuan bauran promosi juga dipengaruhi oleh siklus hidup produk. Mulai dari tahap pengenalan, pertumbuhan, kedewasaan dan kejenuhan mempunyai beberapa perbedaan dalam pemakaian metode promosi. Pada tahap pengenalan, usaha yang dapat dilakukan adalah dengan mempromosikan produk tertentu secara umum sebelum mempromosikan produk suatu merk tertentu. Bentuk bauran personal selling akan lebih cocok digunakan pada promosi produk baru atau dalam proses memasuki pasar baru. Pada tahap pertumbuhan, kedewasaan dan tahap kejenuhan perusahaan akan menitikberatkan pada periklanan. Pada tahap penurunan, perusahaan harus sudah menciptakan produk baru, karena pada tahap ini konsumen sudah pada tahap kejenuhan, bahkan promosi sudah tidak menguntungkan lagi.

3. Unsur-Unsur Bauran Promosi.

1. Personal Selling

Dalam personal selling terjadi interaksi langsung, saling bertemu muka antara pembeli dan penjual. Komunikasi yang dilakukan oleh dua belah pihak bersifat individual dan dua arah sehingga penjual dapat langsung memperoleh tanggapan sebagai umpan balik tentang keinginan dan kesukaan pembeli.

Menurut Swastha (1999:260) mendefinisikan personal selling sebagai ”Interaksi antar individu bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain”.

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam penjualan tatap muka, antara pembeli dan penjual harus bertemu langsung agar setiap individu bisa mengkomunikasikan ide-ide mereka. Sehingga terjauh dari resiko kesalahpahaman dan akan membawa mereka ke proses pertukaran yang saling menguntungkan. Bentuk-bentuk personal selling dapat dilakukan melalui berbagai cara sebagai berikut:

1. Menghantarkan barang ketempat pembeli.
2. Melayani pembeli di tempat penjualan.
3. Mengunjungi calon pembeli untuk menawarkan barang dan menerima pesanan.

4. Mengunjungi calon pembeli untuk menawarkan produk.
5. Memberi petunjuk teknis kepada pelanggan.
6. Berkeliling menjual barang atau jasa.

2. Advertising atau periklanan.

Dalam kegiatan periklanan terdapat dua keputusan penting yang harus diambil, yaitu:

- 1) Menentukan iklan yang harus disampaikan kepada pasar yang dituju.
- 2) Memilih media yang paling sesuai.

Menurut Wiliam G. Nickles yang dikutip oleh Basu Swastan (1999:245) periklanan adalah "Komunikasi non-individu dengan sejumlah biaya dan melalui berbagai media yang dilakukan oleh suatu perusahaan, lembaga non laba, serta individu-individu".

Keberhasilan dari suatu kegiatan promosi banyak didukung oleh kegiatan periklanan, karena program periklanan mampu menjangkau masyarakat luas dan mempunyai banyak fungsi, fungsi-fungsi tersebut antara lain:

- 1) Memberi informasi.

Nilai yang diciptakan oleh periklanan dinamakan faedah informasi. Dengan demikian periklanan menyediakan alat bagi penjual dan pembeli untuk berkomunikasi, sehingga terpenuhi keinginan untuk dapat mengadakan pertukaran yang memuaskan.

2) Membujuk atau mempengaruhi.

Periklanan juga bersifat membujuk terutama kepada pembeli potensial dengan menyatakan bahwa produknya lebih baik dari produk lain. Untuk melakukan fungsi ini, periklanan biasanya dilakukan pada media televisi atau majalah.

3) Menciptakan kesan (image).

Dalam hal ini pemasang iklan berusaha menciptakan iklan yang sebaik-baiknya dengan memperhatikan unsur-unsur yang membentuk iklan tersebut, misalnya: bentuk, warna, tempat, waktu, model dan lain-lain yang dapat menciptakan kesan atau image di benak konsumen bahwa produknya berbeda dengan produk-produk lain.

4) Memuaskan keinginan.

Periklanan merupakan alat komunikasi yang dapat dipakai untuk mencapai tujuan yaitu pertukaran yang saling menguntungkan.

5) Periklanan merupakan alat komunikasi.

Dengan komunikasi diharapkan keinginan mereka dapat terpenuhi. Komunikasi dapat menunjukkan cara-cara mengadakan pertukaran yang saling menguntungkan kedua belah pihak.

3. Publicity

Publicity atau publisitas adalah "Sejumlah informasi tentang seseorang, barang, atau organisasi yang disebarkan ke masyarakat melalui media tanpa di pungut biaya atau tanpa pengawasan dari sponsor "(Swastha, 1996:273).

Semakin seringnya publisitas dijadikan media informasi, mengakibatkan variasi pada bentuk-bentuk publisitas.

Swastha (1996:274) menggolongkan publisitas menjadi dua kelompok sebagai berikut :

1) Publisitas Produk.

Ditujukan untuk menggambarkan atau memberitahukan kepada konsumen tentang produk beserta penggunaanya

2) Publisitas Kelembagaan.

Menyangkut tentang berita suatu organisasi, misalnya kegiatan sehari-hari sebuah organisasi, termasuk pergantian pemimpin, usaha pengawasan produksi dan lain sebagainya.

4. Sales Promotion

"Kegiatan pemasaran selain personal selling, periklanan, dan publisitas, yang mendorong efektivitas pembelian konsumen dan pedagang menggunakan alat-alat peragaan, pameran, demonstrasi dan sebagainya." (Swastha, 1996 : 279).

Kegiatan promosi penjualan barang juga sangat berpengaruh dalam peningkatan volume penjualan. Untuk menjangkau masyarakat luas, variasi dari bentuk promosi penjualan sering dilakukan oleh perusahaan diantaranya adalah sebagai berikut:

1) Pemberi contoh barang

Penjual memberikan contoh barang secara cuma-cuma agar pembeli dapat mencoba kualitas barang. Apabila jenis barangnya superior, metode ini adalah cara yang terbaik.

2) Kupon

Seorang pembeli yang memiliki sejumlah kupon sampai seharga yang ditentukan akan mendapatkan barang seharga tertentu pula. Penjual menggunakan cara ini dengan maksud untuk menarik pembeli yang lebih banyak.

3) Hadiah

Penjual memberikan hadiah kepada pembeli, jika pembeli melakukan pembelian sebanyak yang telah ditentukan.

4) Kupon berhadiah

Setiap pembeli yang membeli akan mendapatkan kupon yang akan diundi di kemudian hari. Nomor kupon yang cocok dengan nomor undian akan mendapatkan hadiah.

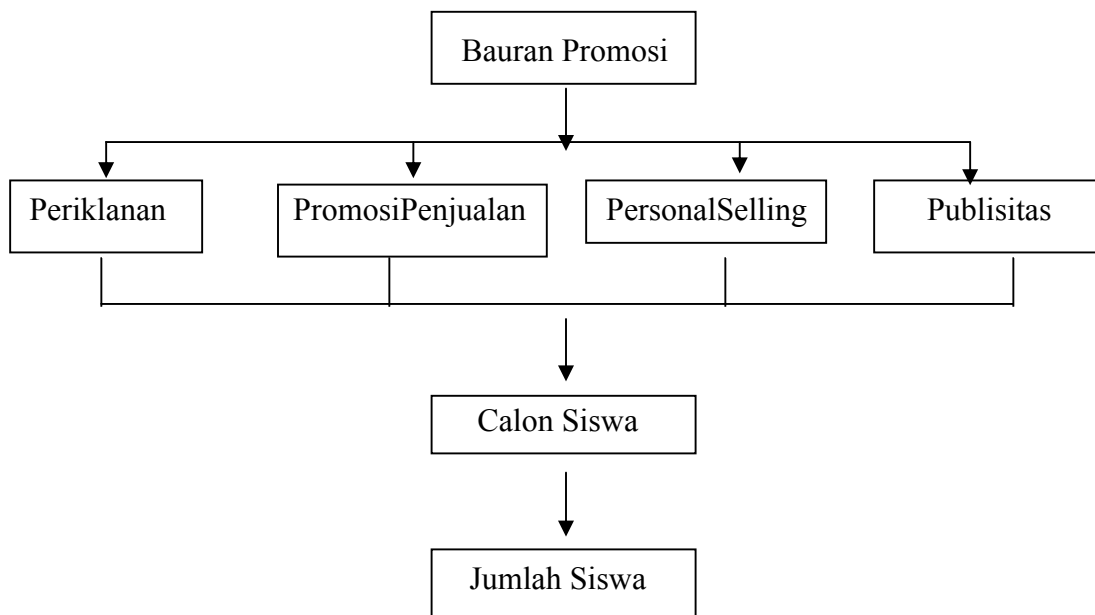
5) Rabat

Pembelian memberikan potongan harga kepada pembeli dengan syarat tertentu, misalnya berdasarkan banyaknya jumlah pembelian yang dilakukan. Besarnya ditentukan dengan persentase atau dengan satuan rupiah.

6) Peragaan

Peragaan disini berarti penjual melakukan pameran kepada calon pembeli.

B. Kerangka Pemikiran



Bagan II.1 Kerangka Pemikiran

Bab III

Gambaran Umum Perusahaan Dan Pembahasan

A. Sejarah Berdiri Serta Perkembangan LP Alfabank Surakarta

Lembaga Pendidikan Alfabank berdiri pada 14 Juli 1994, didirikan oleh Ibu Dewi Trijotowati yang sekaligus menjabat sebagai Presiden Direktur LP Alfabank. Berdirinya LP Alfabank bermula dari keprihatinan yang berkembang di masyarakat atas lulusan pendidikan yang tidak sesuai dengan kebutuhan pasar, sehingga banyak tenaga kerja yang menganggur walaupun sebenarnya lapangan pekerjaan sudah tersedia. Hal ini memberikan inspirasi bagi yayasan Alfabank untuk ikut serta berpartisipasi di bidang pendidikan dengan mendirikan lembaga pendidikan yang bergerak di bidang komputer dengan ijin SK No. 0328/103/97 dengan kantor pusat pertama di Jalan Yosodipuro No. 52 Surakarta dan sekarang kantor pusat LP Alfabank berada di Jalan Slamet Riyadi No. 517 Kleco Surakarta.

Pada tahun 1999 LP Alfabank memperoleh status terakreditasi tingkat B oleh DEPDIKNAS Yogyakarta. Sampai saat ini LP Alfabank telah mengalami kemajuan dengan pesat, terlihat dengan dibukanya lembaga pendidikan yang sama di beberapa kota besar di Jawa Tengah yaitu:

Surakarta : Kampus I, Jl.Yosodipuro 52, telp. (0271) 721142

(Barat Monumen Pers)

Kampus II, Jl. Slamet Riyadi 517, Telp. (0271) 731053-4

(Depan Pasar Kleco)

Kampus III, Jl. Garuda Mas 64, Telp. (0271) 715187

(Depan Fak. Teknik Ums)

Yogyakarta : Kampus I, Jl. Taman Siswa 54, Telp. (0274) 374586

(Selatan Pendopo Taman Siswo)

Kampus II, Jl. Timoho 108A Barico, Telp. (0274) 524737

(Selatan Palang KA Timoho)

Semarang : Jl. Kelut Raya 19F, Telp. (024) 8310002

(Utara Pasar Sampangan)

LP Alfabank pernah ditunjuk oleh Kanwil DEPDIKNAS Jawa Tengah dan Yogyakarta untuk menjadi wakil tim peumus KURIKULUM NASIONAL pendidikan di bidang perbankan di Bogor. Tahun 2000 Alfabank berhasil menjadi juara pertama lembaga komputer tingkat Kodya Yogyakarta. Diteruskan lomba antar lembaga sepropinsi DIY, dan atas dukungan masyarakat LP Alfabank berhasil menyangang predikat terbaik I tingkat propinsi DIY. Dengan kriteria penilaian terbaik meliputi Hasil Mutu Lulusan, Tenaga Pengajar, Jumlah Peserta, Kurikulum, Fasilitas Belajar, Sarana Dan Prasarana, Kelembagaan, Manajemen / Adm. Berbekal

prestasi tersebut LP Alfabank ditunjuk untuk mewakili DIY dalam lomba lembaga komputer tingkat nasional di Jakarta, dan ini merupakan sebuah prestasi dan kehormatan yang sangat berharga bagi LP Alfabank.

LP Alfabank memperoleh penghargaan dari SCSI untuk kategori lembaga pendidikan berpelayanan terbaik I pada Januari 2002 dan September 2002. Research ini dilakukan oleh Lembaga Penelitian Independen, bekerja sama dengan surat kabar tenama. Responden diambil dengan membandingkan antar lulusan lembaga pendidikan komputer sejenis.

Banyak prestasi yang dihasilkan oleh LP Alfabank, maka sudah sepantasnya jika LP Alfabank memperoleh penghargaan ASEAN Development Citra Award Pada Tahun 2003. Penghargaan ini diberikan kepada Presiden Direktur yang sekaligus ketua yayasan Alfabank dan Akademi Komputer AMIK JTC atas kiprahnya sebagai wanita yang ikut memajukan dunia pendidikan.

B. Struktur Organisasi Dan Jabatan

Berikut ini bagan struktur organisasi Lembaga Pendidikan Alfabank Surakarta

Adapun diskripsi pekerjaan masing-masing bagian adalah sebagai berikut:

1. Manajer

- a. Mengkoordinasi, mengendalikan dan memberi penjelasan mengenai tugas-tugas yang harus dilakukan oleh bawahan.
- b. Merencanakan, menyusun dan mengevaluasi rencana program dibidang pendidikan kejuruan.
- c. Mengembangkan dan menerbitkan petunjuk-petunjuk pedoman kerja ,kebijaksanaan dan prosedur-prosedur melalui otorisasi dibidang pendidikan yang kegiatan pendaftaran peserta pengaturan proes belajar, ujian dan kelulusan.
- d. Merencanakan sumber-sumber kelembagaan untuk pelaksanaan program pendidikan dan mengendalikan serta mengawasi sumber-sumber penggunaan tersebut.
- e. Mengambil tindakan yang bersifat darurat apabila diperlukan untuk selanjutnya melaporkan kepada presiden direktur.
- f. Menyediakan laporan-laporan (baik bulanan, triwulan, maupun tahunan) tentang perkembangan pendidikan kejuruan kepada presiden direktur dan bila diperlukan kepada pihak luar yang terkait.
- g. Melimpahkan tugas dan tanggung jawab kepada seseorang apabila berhalangan hadir yang dikuatkan dengan surat keputusan atau lebih sebagai manajer.

- h. Melaksanakan penilaian prestasi karyawan bawahanya untuk dapat dipertimbangkan penentuan jenjang kepangkatan dan skala gaji.
- i. Berusaha menambah relasi dan senantiasa memeliharanya demi kelangsungan dan perkembangan lembaga.

2. Personalia

- a. Memimpin penyelenggaraan pekerjaan.
- b. Menentukan dan standart kerja.
- c. Mengurangi/menambah tenaga kerja dalam perusahaan
- d. Merencanakan gaji dan kesejahteraan para karyawan.

3. Sekretaris

Membentuk manager dalam menjalankan tata usaha lembaga, antara lain:

- a. Bertanggungjawab kepada manajer
- b. Melaksanakan pekerjaan yang berhubungan dengan surat menyurat.
- c. Menyiapkan/mengadakan acara kerja Manajer dan bagian –bagian lain .
- d. Mengadakan hubungan dengan instansi lain yang ada hubunganya dengan pekerjaan.

4. Koordinator Kampus Cabang

Memiliki tugas untuk mengarahkan serta tanggung jawab penuh terhadap kelancaran operasi lembaga didalam urusan intern kampus cabang.

5. Kepala Bagian Humas

- a. Mengurus semua perjanjian yang diperlukan lembaga.
- b. Merencanakan dan membina hubungan baik dan membangun citra positif lembag dan keharmonisan lembaga ditengah masyarakat.
- c. Menerima, melayani dan menyelesaikan aduan/complain dari masyarakat yang berkenaan dengan lembaga.
- d. Merencanakan dan membuat dokumentasi serta publikasi kegiatan yang dilaksanakan lembaga.
- e. Menjalin berbagai bentuk kerjasama dengan berbagai institusi swasta maupun negeri.
- f. Membuat pers reliase disamping mengadakan jumpa pers untuk setiap event-event yang diselenggarakan oleh lembaga.
- g. Proaktif mempresentasikan keberadaan lembaga ke kalayak masyarakat umum dalam membangun image/citra positif.
- h. Melaksanakan dan atau merencanakan event pengabdianmasyarakat.

6. Kepala Bagian Keuangan

- a. Menyusun dan menyiapkan anggaran pendapatan dan belanja lembaga baik rutin maupun berkala.
- b. Mengelola, mengendalikan dan melaksanakan pembukuan penerimaan dan pengeluaran kantor.

- c. Melaksanakan pemeriksaan bon-bon dan kuitansi pengeluaran.
- d. Menganalisa perkembangan deposito.
- e. Menyiapkan dan membantu penyusunan laporan keuangan dan berkala pada manager.
- f. Menerima dan menyimpan uang pendaftaran angsuran warga belajar dan selanjutnya secara berkala melaporkan pada manager.
- g. Senantiasa melakukan koordinasi dengan kepala bagian pendidikan dalam angsuran warga belajar
- h. Menerima tagihan listrik, air, koran, majalah, telepon, dan pajak.
- i. Mengadakan evaluasi terhadap posisi keuangan untuk kepentingan efisiensi.

7. Kepala Bagian Akademi

A. Perencanaan

- 1. Perencanaan anggaran akademik untuk alokasi administratif maupun edukatif secara periodik.
- 2. Perencanaan program pembelajaran. kalender akademik ,kurikulum , silabus yang nantinya akan dilaksanakan dalam proses dikla.
- 3. Penyusunan jadwal diklat relevansinya dengan alokasi ruaang, waktu dan tenaga edukatif/pengajar.
- 4. Melaksanakan langkah antisipatif dalam rangka revisi dan atau pembenahan bidang akademik relevansinya dengan proses diklat dan output peserta didik.

B. Pengorganisasian

1. Penerapan system akademik yang sistematis, praktis, dan efektif relevansinya dengan proses diklat peserta didik.
2. Pengorganisasian terhadap segala bentuk alokasi sarana dan prasarana penunjang pendidikan dan diklat bagi peserta didik.
3. Pengorganisasian segala bentuk kebutuhan fisik dan non fisik baik tenaga edukatif maupun untuk keperluan peserta didik.

C. Menggerakkan

1. Memotivasi seluruh sifat akademik, tenaga edukatif maupun peserta didik untuk dapat saling mendukung proses diklat.
2. Memberikan perintah yang jelas kepada pengajar dengan memberikan informasi yang falit dan tegas relevansinya dengan materi yang diampu disamping alokasi waktu dan ruangnya disamping proses evaluasinya.
3. Memberikan bimbingan dan pengarahan terhadap semua kebutuhan peserta didik relevansinya dengan kegiatan yang bersifat edukatif.

D. Pengawasan

1. Melakukan monitoring terhadap proses diklat yang sedang berlangsung untuk tiga tahap.
2. Membuat pelaporan secara administrative akademis sebagai evaluasi terhadap proses diklat secara periodik.

3. Cek dan ricek terhadap seluruh proses diklat relevansinya dengan proses diklat.
4. Memantau perkembangan dalam proses diklat dan sekaligus mengevaluasi hasil belajar atau diklat peserta didik.

8. Kepala Bagian Umum

- a. Merencanakan barang-barang atau peralatan kerja yang digunakan dalam proses belajar mengajar dan kepentingan kantor.
- b. Mengadakan alat dan perlengkapan kerja serta fasilitas siswa.
- c. Melaksanakan distribusi alat dan perlengkapan kerja serta fasilitas siswa.
- d. Mencatat, mengevaluasi keluar masuknya barang serta membuat laporan bulanan.
- e. Menggudangkan alat atau perlengkapan kerja yang sudah tidak bisa digunakan.

9. Kepala Bagian Marketing

- a. Merencanakan alat atau media sosialisasi yang up to date mengikuti tuntutan dan kebutuhan dinamika yang ada di masyarakat.
- b. Teknik taktik dan strategi pemasaran yang tepat dan produktif yang nantinya digunakan untuk mensosialisasikan program yang dibuka lembaga kepada public atau khalayak ramai.
- c. Peramalan produk pemasaran dan atau media sosialisasi lembaga.

- d. Memproduksi alat pemasaran seperti brosur, famlet, spanduk dan alat-alat pemasaran yang lain yang akan digunakan sebagai alat sosialisasi.
- e. Mencari data dan memetakan pangsa pasar yang akan digunakan sebagai obyek pemasaran atau sosialisasi.
- f. Mengajukan surat izin atau proposal tawaran kerja sama dengan lembaga swasta maupun negeri untuk bekerja sama dengan lembaga.
- g. Perencanaan saluran distribusi alat pemasaran atau media sosialisasi yang lain kepada obyek pemasaran.

10. Costumer Service Officer (CVO)

- a. Menerima dan melayani tamu atau calon peserta disamping disetiap telepon yang masuk.
- b. Memberikan informasi yang valid dan akurat kepada calon pendaftaran mengenai program yang diselenggarakan oleh lembaga.
- c. Mencatat dan atau mengarsip data juga dokumen pendaftaran yang masuk dan siswa yang telah melakukan heregistrasi.
- d. Melaksanakan cek dan ricek form pendaftaran calon peserta disamping relapitulasi terhadap jumlah pendaftar yang masuk baik dalam skala harian mingguan maupun bulanan.
- e. Menerima tamu dari siapa, keperluanya apa dan kemudian dipersilahkan mengisi buku tamu.
- f. Bertanggungjawab transaksi pendaftaran dan atau heregistrasi peserta didik.

11. Instruktur

Bertugas memberikan dan menyampaikan materi kurikulum pendidikan kepada siswa LP Alfabank Surakarta.

12. Asisten Instruktur Komputer

- a. Memberikan bantuan dan penjelasan demi kelancaran proses belajar mengajar kepada semua siswa.
- b. Menyiapkan bahan atau materi yang akan digunakan instruktur untuk praktek.
- c. Mengarsip dan mengagendakan materi dan bahan dan materi ujian yang telah diajarkan .
- d. Memonitor keefektifan proses diklat.
- e. Menjaga kerapian dan keindahan dilaboratorium komputer.
- f. Membantu instruktur dalam mempersiapkan soal tempat dan atau ruang setiap kali dilaksanakan ujian.
- g. Mengganti memulai mengajar saat instruktur berhalangan hadir atau dtang terlambat.

13. Teknisi Komputer

- a. Mempersiapkan perangkat komputer beserta perlengkapannya yang digunakan dalam kelancaran proses belajar mengajar maupun aktifitas kantor.
- b. Merawat, memelihara dan memperbaiki bahkan pengadaan atau pembelian fasilitas yang berhubungan dengan komputer, yang menunjang kegiatan belajar mengajar dan aktifitas kantor.

- c. Mengontrol dan memonitoring kelayakan kondisi komputer setiap hari.
- d. Merencanakan pengembangan inovatif teknologi komputer.

14. Pembantu Umum

Bertanggungjawab atas keberhasilan dan kenyamanan dilingkungan lembaga baik in class maupun out class.

B. Fasilitas Pendidikan

Dalam rangka mewujudkan suasana belajar mengajar yang lancar dan nyaman, LP Alfabank menyediakan berbagai macam fasilitas untuk menunjang kelancaran proses belajar. Salah satunya dengan menyediakan fasilitas teknologi terbaru dalam hal penggunaan software komputer, agar para siswa dapat memahami teknologi yang digunakan di era modern ini. Disamping itu sarana prasarana lain yang mendukung kegiatan belajar mengajar antara lain:

1. Ruang Kelas Untuk Teori

LP Alfabank menyediakan empat ruang kelas untuk teori dengan kapasitas 30 siswa per kelas. Dan tiap kelas disediakan overhead proyektor (OHP) dan whiteboard.

2. Ruang Laboratorium Komputer

LP Alfabank mempunyai dua ruang laboratorium komputer dengan kapasitas 25 set komputer untuk masing – masing ruang. Komputer yang digunakan adalah komputer berbasis prosesor Pentium Empat dengan dilengkapi beberapa printer untuk mencetak hasil kerja. Untuk menambah

kenyamanan belajar mengajar ditambahkan pula AC (Air Conditioning) tiap ruang laboratorium.

3. Perpustakaan

Disediakanya perpustakaan di LP Alfabank menambah pengetahuan peserta didik untuk informasi mengenai hal-hal yang berhubungan dengan materi perkuliahan yang di ajarkan oleh LP Alfabank.

4. Modul

Modul diberikan pada saat siswa masuk awal perkuliahan. Modul berisi tentang materi perkuliahan yang akan diberikan selama masa perkuliahan.

C. Kepegawaian

1. Standart kerja pegawai LP Alfabank adalah sebagai berikut:

- a. Masing-masing pegawai mempunyai tugas, bertanggung jawab dan wewenang sesuai bidangnya masing- masing.
- b. Pegawai digaji sesuai dengan standart kerja perusahaan yang berlaku.
- c. Pemberian bonus kerja dan mentaati jam kerja perusahaan.
- d. Memberikan pelayanan dan kinerja dengan sebaik mungkin sesuai dengan bidang kerjanya masing-masing.
- e. Bertindak tegas, efektif, adil dan bijaksana.

2. Disiplin Kerja Pegawai

a. Menetapkan jam kerja

1. Hari Senin sampai Jumat jam 08.00 WIB-16.00 WIB istirahat pada jam 12.00 WIB-13.00 WIB.
2. Hari Sabtu jam 08.00 WIB-15.00 WIB istirahat pada jam 12.00 WIB-13.00 WIB.
3. Kerja sip malam hari senin sampai sabtu jam 16.00 WIB –21.00 WIB.

b. Pegawai yang masuk kerja harus mengisi buku absensi kerja

c. Pegawai yang berhalangan hadir dihari tertentu harus menyertai surat ijin tertulis.

3. Hak- hak Pegawai

a. Ijin meninggalkan pekerjaan karena suatu alasan yang tepat menurut pimpinan.

b. Mendapatkan biaya penggantian pengobatan.

c. Mendapatkan berbagai macam tunjangan (tunjangan jabatan, dinas dan operasional).

d. Mendapatkan santunan kecelakaan.

e. Mengambil cuti (maximal 12 kali pertahun).

D. Program Pendidikan

Program pendidikan yang ditawarkan oleh LP Alfabank adalah pendidikan ahli komputer satu tahun. Jurusan program yang ditawarkan untuk program komputer satu tahun adalah sebagai berikut:

1) MIPE (Manajemen Informatika, Komputer Akuntansi dan Perbankan)

Materi pendidikan yang di pelajari sebagai berikut:

- a. Pemrograman komputer untuk perusahaan (Programmer)
- b. Pengolahan data pada perusahaan, menjadi satu system informasi yang berguna bagi pengambilan keputusan manajemen (Analisis Sistem Komputer)
- c. Pembuatan dokumen dan penulisan laporan keuangan perusahaan (Operator Komputer)
- d. Manajemen dan administrasi perusahaan modern.
- e. Mempelajari akuntansi perusahaan dari manual sampai aplikasinya kedalam komputer (Kmputer Akutansi)
- f. Pengetahuan tentang tata cara pelayanan "Teller" pada perbankan dan system perbankan Indonesia yang dilengkapi dengan keterampilan bahasa Inggris dan Internet.

2) MIKASE (Manajemen Komputer Akuntansi dan Sekretaris)

Materi pendidikan yang harus dipelajari sebagai berikut:

- a. Pembuatan dokumen dan penulisan laporan keuangan perusahaan (Operator Komputer)
- b. Mempelajari manajemen dan administrasi perusahaan modern.
- c. Mempelajari akuntansi perusahaan.
- d. Pengetahuan tentang kesekretariatan perusahaan modern yang dilengkapi dengan ketrampilan bahasa Inggris dan Internet.

3) EXIM (Eksport Import Komputer dan Bahasa Inggris)

Jurusan ini merupakan program unggulan disaat krisis moneter karena banyak pembukaan cabang maupun pendirian perusahaan ekspor-impor baru.

Materi pendidikan yang harus dipelajari sebagai berikut:

- a. Mempelajari pembuatan dokumen dan penulisan laporan keuangan perusahaan (Operator Komputer)
- b. Tata cara pelaksanaan pengiriman barang kedalam dan keluar negeri dimulai dari administrasinya sampai kepelaksanaan lapangan.
- c. Pengurusan dokumen ekspor-impor dengan bea cukai, pelabuhan perusahaan pelayanan dan bank devisa (L/C)
- d. Mempelajari ekspor-impor modern dan undang-undang tentang perdagangan International (VCP 500)

- e. Penggunaan internet sebagai alat vital ekspor-impor bahasa inggris, perdagangan international dan conversation.

4) TEKKOM (Teknisi Komputer)

Khusus untuk jurusan ini diadakan praktek kerja selama 3 bulan. Dimaksudkan untuk pematangan ilmu yang sudah didapat secara teori maupun praktek di kampus, juga untuk pengenalan siswa secara pribadi kepada pimpinan perusahaan tempat siswa praktek kerja. Kemampuan siswa juga ditentukan ditempat magang kerja.

Materi pendidikan yang harus dipelajari adalah sebagai berikut:

- a. Pembuatan dokumen dan penulisan laporan keuangan perusahaan
(Operator Komputer)
- b. Mempelajari hardware: CPU, keyboard, monitor, mouse, dan software komputer.
- c. Mempelajari system jaringan komputer.
- d. Pengetahuan tata buku sederhana.
- e. Kewirausahaan secara mandiri.

LP Alfabank ini menggunakan metode pengajaran teori 30% dan praktek 70%. Disetiap tengah semester dan akhir semester diadakan ujian sedangkan ujian nasional diadakan satu kali untuk program yang sudah ditentukan. Beberapa bulan sebelum semesrter dua berakhir siswa diwajibkan untuk membuat tugas akhir sesuai dengan jurusan yang diambilnya.

E. Visi, Misi dan Sasaran

1. Visi Lembaga

Menjadikan lembaga pendidikan Alfabank yang terus menerus meningkatkan kualitas pendidikan dan pelayanan dalam menciptakan sumber daya manusia yang tangguh, tanggap dan beriman kepada Tuhan Yang Maha Esa.

2. Misi Lembaga

- a. Mencetak tenaga kerja terampil dan profesional dalam waktu singkat.
- b. Membentuk sumber daya manusia yang berjiwa kewirausahaan dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa.
- c. Memberikan manfaat kepada masyarakat.
- d. Menjadi lembaga pendidikan terbaik di Indonesia.
- e. Memiliki kualitas lulusan yang bertaraf internasional.

3. Sasaran

Lulusan sekolah menengah umum (SMU) atau SMK atau MA.

F. Kegiatan Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh pengusaha dalam usaha mencapai tujuan perusahaan. Berhasil atau tidaknya pencapaian tujuan tersebut tergantung dari keahlian dan program-program pemasaran yang diterapkan. Hal inilah yang mendasari manajemen LP Alfabank dalam memilih dan melaksanakan kegiatan pemasaran agar organisasi dapat berjalan lancar dan dapat membantu dalam pencapaian tujuan organisasi.

Secara umum kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh LP Alfabank adalah sebagai berikut:

A. Kebijakan Produk

Produk yang dihasilkan oleh LP Alfabank Surakarta berupa jasa pendidikan komputer. Adapun program pendidikan satu tahun yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

- 1) MIPE (Manajemen Informatika , Komputer Akuntansi dan Perbankan)
- 2) MIKASE (Manajem Komputer Akuntansi dan Sekretaris)
- 3) EXIM (Eksport Import Komputer dan Bahasa Inggris)
- 4) TEKKOM (Teknisi Komputer)

B. Kebijakan Harga

Karena semakin banyaknya perusahaan atau lembaga yang sejenis yang bergerak dibidang jasa komputer di kota Surakarta dan persaingan dalam memperebutkan pasar juga semakin ketat, maka biaya pendidikan yang ditetapkan oleh LP Alfabank dengan mempertimbangkan harga produk pesaing.

C. Kebijakan Lokasi

Alasan utama mendirikan Alfabank di jalan Yosodipuro No.52 Surakarta adalah karena posisinya yang strategis yaitu di pusat kota, di mana di kota Surakarta dan sekitarnya banyak berdiri sekolahan selain itu tempatnya juga mudah dijangkau oleh kendaraan pribadi maupun kendaraan umum.

D. Kebijakan Promosi

LP Alfabank Surakarta menggunakan bauran promosi untuk menunjang kelancaran usahanya yang meliputi:

1. Periklanan

Jenis media iklan yang digunakan oleh LP Alfabank adalah:

a. Media iklan lini atas

Jenis media iklan ini ditandai dengan adanya pengakuan dan pembayaran komisi pada biro iklan. Adapun media iklan lini atas yang digunakan LP Alfabank adalah koran. Dengan adanya iklan di koran mengenai keberadaan LP Alfabank ini diharapkan bisa menarik minat masyarakat khususnya yang ingin menempuh pendidikan ketrampilan di bidang komputer.

b. Media iklan lini bawah

Jenis media iklan ini ditandai dengan tidak adanya pengakuan dan pembayaran komisi kepada biro iklan. Beberapa media iklan lini bawah yang digunakan LP Alfabank Surakarta dalam kegiatan promosinya adalah sebagai berikut:

1. Spanduk
2. Papan Pengumuman
3. Baliho
4. Pamflet

2. Promosi Penjualan

Promosi penjualan yang dilakukan LP Alfabank Surakarta dengan cara pemberian bea siswa kepada para pelajar yang berprestasi dan potongan (diskon) biaya pendaftaran. Bentuk bea siswa yang diberikan antara lain:

a. Prestasi Akademis

Yaitu dengan keringan biaya pendidikan yang diberikan bagi yang berprestasi dan pernah mendapat prestasi ranking 1 sampai dengan 10 di kelas I, II, III SLTA/SMK.

b. Prestasi Olahraga

Bagi pelajar yang berprestasi dibidang olahraga di tingkat propinsi atau nasional, kabupaten atau karesidenan dan kecamatan atau kawedanan, syaratnya adalah mampu menunjukan piagam asli dari prestasi yang telah dicapai.

c. Prestasi Seni Budaya

Syarat bagi pelajar yang menerima bea siswa prestasi di bidang seni budaya baik tingkat SLTA maupun umum adalah mampu menunjukan piagam asli dari prestasi yang telah dicapai.

3. Personal Selling

Kegiatan personal selling yang di lakukan oleh LP Alfabank Surakarta, diantaranya presentasi ke sekolah – sekolah SLTA. Tujuan dari presentasi ini adalah untuk memperkenalkan jasa pendidikan yang

ditawarkan oleh pihak lembaga kepada siswa supaya tertarik serta mau bergabung dengan LP Alfabank.

4. Publisitas

Kegiatan ini dilakukan oleh pihak pers dengan menyebarluaskan peristiwa ataupun kegiatan yang dilakukan oleh LP Alfabank, diantaranya:

- a. Peristiwa penyerahan Asean Development Citra Award di Jakarta.
- b. Peristiwa penyerahan penghargaan Juara I lomba antar lembaga komputer tingkat kota Yogyakarta di Yogyakarta.
- c. Peristiwa penyerahan penghargaan SCSi (Solo Customer Satisfaction Index).
- d. Kegiatan lomba (pidato Bahasa Inggris, komputer dan akuntansi) piala Walikota Surakarta.

Dalam hal ini keuntungan lain yang didapat oleh lembaga adalah pihak lembaga tidak mengeluarkan biaya sedikitpun karena secara tidak langsung pihak pers telah membantu LP Alfabank dalam mempromosikan lembaganya kepada masyarakat.

G. Alokasi Biaya Promosi

1. Diskripsi hasil pendapatan

Berdasarkan tabel I.1 dapat diketahui bahwa pada tahun 2001 total pendapatan Rp. 569.800.000,00 atau meningkat 95,67 % dari total pendapatan tahun 2000. Pada tahun 2002 total pendapatan Rp. 762.300.000,00 atau meningkat 33,78 % dari total pendapatan tahun 2001. Pada tahun 2003 dan 2004 mengalami penurunan total pendapatan. Pada tahun 2003 total pendapatan Rp. 703.700.000,00 atau menurun 7,69 % dari total pendapatan tahun 2002. Pada tahun 2004 total pendapatan Rp. 682.300.000,00 atau menurun 3,04 % dari total pendapatan tahun 2003.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat diketahui bahwa total pendapatan yang paling tinggi diperoleh pada tahun 2002 sebesar Rp. 762.300.000,00. Sedangkan total pendapatan yang paling rendah diperoleh pada tahun 2000 sebesar Rp. 291.200.000,00.

Tabel III.1
Hasil Pendapatan Program Satu tahun LP Alfabank Surakarta
Tahun 2000 – 2004

Tahun	Keterangan	Jumlah Siswa	Biaya Pendidikan	Pendapatan	Total Pendapatan
2000	MIPE	69	Rp.1.400.000,00	Rp.96.600.000,00	Rp.291.200.000,00
	MIKASE	82	Rp.1.400.000,00	Rp.114.800.000,00	
	EXIM	57	Rp.1.400.000,00	Rp.79.800.000,00	
2001	MIPE	230	Rp.1.400.000,00	Rp.322.000.000,00	Rp.569.800.000,00
	MIKASE	100	Rp.1.400.000,00	Rp.140.000.000,00	
	EXIM	77	Rp.1.400.000,00	Rp.107.800.000,00	
2002	MIPE	280	Rp.1.550.000,00	Rp.434.000.000,00	Rp.762.300.000,00
	MIKASE	124	Rp.1.450.000,00	Rp.179.800.000,00	
	EXIM	99	Rp.1.500.000,00	Rp.148.500.000,00	
2003	MIPE	265	Rp.1.550.000,00	Rp.410.750.000,00	Rp.703.700.000,00
	MIKASE	111	Rp.1.450.000,00	Rp.160.950.000,00	
	EXIM	88	Rp.1.500.000,00	Rp.132.000.000,00	
2004	MIPE	256	Rp.1.650.000,00	Rp.422.400.000,00	Rp.682.300.000,00
	MIKASE	61	Rp.1.550.000,00	Rp.94.550.000,00	
	EXIM	59	Rp.1.600.000,00	Rp.94.400.000,00	
	TEKKOM	43	Rp.1.650.000,00	Rp.70.950.000,00	

(Sumber: Bagian Pemasaran LP Alfabank Surakarta tahun 2005)

2. Diskripsi Biaya Promosi Dan Perolehan Jumlah Siswa

Untuk meningkatkan jumlah siswa program pendidikan satu tahun, LP Alfabank melaksanakan berbagai macam kegiatan promosi. untuk itu diperlukan biaya atau dana supaya kegiatan promosi tersebut dapat terlaksana dengan baik.

Siswa yang belajar di LP Alfabank Surakarta selain mengetahui keberadaan lembaga dari kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak lembaga ada juga yang melalui saudara atau teman atau kerabat yang pernah menjadi siswa di lembaga pendidikan tersebut. Maka secara tidak langsung sudah membantu lembaga Alfabank Surakarta dalam kegiatan promosi dalam menjangkau siswa untuk meningkatkan jumlah siswanya meskipun tidak ada kompensasi dari pihak lembaga.

Besarnya biaya promosi antara 7 – 15% dari total pendapatan yang diperoleh untuk program pendidikan satu tahun LP Alfabank Surakarta tahun sebelumnya. Berikut ini adalah biaya promosi dan jumlah perolehan siswa LP Alfabank Surakarta dari tahun 2000 sampai tahun 2004.

Tabel III.2
Biaya Promosi LP Alfabank Surakarta
Program Pendidikan Satu Tahun
Tahun 2000 – 2004

Tahun	Biaya Promosi	Perubahan (%)
2000	Rp. 35.175.000,00	
2001	Rp. 37.660.000,00	7,06
2002	Rp. 47.302.000,00	25,60
2003	Rp. 55.128.000,00	16,54
2004	Rp. 57.178.000,00	3,72

(Sumber: Bagian Pemasaran LP Alfabank Surakarta tahun 2005)

Tabel III.3
Biaya Promosi LP Alfabank Surakarta Tahun 2000
Program Pendidikan Satu Tahun

No	Jenis Promosi	Jumlah	Harga Satuan	Biaya
1	Bloknote	45000	Rp.300,00	Rp.13.500.000,00
2	Spanduk	50	Rp.67.500,00	Rp.3.375.000,00
3	Jam Dinding	35	Rp.10.000,00	Rp.350.000,00
4	Stopmap	20000	Rp.500,00	Rp.10.000.000,00
5	Koran	70	Rp.27.500,00	Rp.2.062.500,00
6	Papan Pengumuman	45	Rp.60.000,00	Rp.2.700.000,00
7	Baliho	6	Rp.450.000,00	Rp.2.700.000,00
8	Pamflet	1500	Rp.325,00	Rp.487.500,00
9	Total			Rp.35.175.000,00

(Sumber: Bagian Pemasaran LP Alfabank Surakarta tahun 2005)

Besarnya biaya promosi tahun 2000 yaitu 13,7 % dari total pendapatan tahun 1999 sebesar Rp.256.750.000,00 maka biaya promosi tahun 2001 Rp.37.660.000,00.

Tabel III.4
Biaya Promosi LP Alfabank Surakarta Tahun 2001
Program Pendidikan Satu Tahun

No	Jenis Promosi	Jumlah	Harga Satuan	Biaya
1	Bloknote	50.000	Rp.350,00	Rp.17.500.000,00
2	Spanduk	50	Rp.67.500,00	Rp.3.375.000,00
3	Jam Dinding	35	Rp.10.000,00	Rp.350.000,00
4	Stopmap	15.000	Rp.550,00	Rp.8.250.000,00
5	Koran	80	Rp.28.000,00	Rp.2.240.000,00
6	Papan Pengumuman	40	Rp.65.000,00	Rp.2.600.000,00
7	Baliho	6	Rp.475.000,00	Rp.2.850.000,00
8	Pamflet	1500	Rp.330,00	Rp.495.000,00
9	Total			Rp.37.660.000,00

(Sumber: Bagian Pemasaran LP Alfabank Surakarta tahun 2005)

Besarnya biaya promosi tahun 2001 yaitu 12,93 % dari total pendapatan tahun 2000 sebesar Rp.291.200.000,00 maka biaya promosi tahun 2001 Rp.37.660.000,00.

Tabel III.5
Biaya Promosi LP Alfabank Surakarta Tahun 2002
Program Pendidikan Satu Tahun

No	Jenis Promosi	Jumlah	Harga Satuan	Biaya
1	Bloknote	50.000	Rp.450,00	Rp.22.500.000,00
2	Spanduk	50	Rp.68.000,00	Rp.3.400.000,00
3	Jam Dinding	40	Rp.10.000,00	Rp.400.000,00
4	Stopmap	22.000	Rp.600,00	Rp.13.200.000,00
5	Koran	60	Rp.28.000,00	Rp.1.680.000,00
6	Papan Pengumuman	45	Rp.67.500,00	Rp.3.037.500,00
7	Baliho	6	Rp.475.000,00	Rp.2.850.000,00
8	Pamflet	700	Rp.335,00	Rp.234.500,00
9	Total			Rp.47.302.000,00

(Sumber: Bagian Pemasaran LP Alfabank Surakarta tahun 2005)

Besarnya biaya promosi tahun 2002 yaitu 8,3 % dari total pendapatan tahun 2001 sebesar Rp.569.800.000,00 maka biaya promosi tahun 2002 Rp.47.302.000,00

Tabel III.6
Biaya Promosi LP Alfabank Surakarta Tahun 2003
Program Pendidikan Satu Tahun

No	Jenis Promosi	Jumlah	Harga Satuan	Biaya
1	Bloknote	50.000	Rp.475,00	Rp.23.750.000,00
2	Spanduk	50	Rp.68.500,00	Rp.3.425.000,00
3	Jam Dinding	50	Rp.10.000,00	Rp.500.000,00
4	Stopmap	25.000	Rp.650,00	Rp.16.250.000,00
5	Koran	80	Rp.28.000,00	Rp.2.240.000,00
6	Papan Pengumuman	40	Rp.70.000,00	Rp.2.800.000,00
7	Baliho	6	Rp.675.000,00	Rp.4.050.000,00
8	Pamflet	700	Rp.340,00	Rp.238.000,00
9	Kalender	1500	Rp.1.250,00	Rp.1.875.000,00
10	Total			Rp.55.128.000,00

(Sumber: Bagian Pemasaran LP Alfabank Surakarta tahun 2005)

Besarnya biaya promosi tahun 2003 yaitu 7,23 % dari total pendapatan tahun 2002 sebesar Rp.762.300.000,00 maka biaya promosi tahun 2003 Rp.55.128.000,00

Tabel III.7
Biaya Promosi LP Alfabank Surakarta Tahun 2004
Program Pendidikan Satu Tahun

No	Jenis Promosi	Jumlah	Harga Satuan	Biaya
1	Bloknote	50.000	Rp.490,00	Rp.24.500.000,00
2	Spanduk	50	Rp.69.000,00	Rp.3.450.000,00
3	Jam Dinding	50	Rp.10.000,00	Rp.500.000,00
4	Stopmap	25.000	Rp.675,00	Rp.16.875.000,00
5	Koran	80	Rp.30.000,00	Rp.2.400.000,00
6	Papan Pengumuman	40	Rp.70.000,00	Rp.2.800.000,00
7	Baliho	6	Rp.68.000,00	Rp.408.000,00
8	Pamflet	700	Rp.350,00	Rp.245.000,00
9	Kalender	4.000	Rp.1500,00	Rp.6.000.000,00
10	Total			Rp.57.178.000,00

(Sumber: Bagian Pemasaran LP Alfabank Surakarta tahun 2005)

Besarnya biaya promosi tahun 2004 yaitu 8,13 % dari total pendapatan tahun 2003 sebesar Rp.703.700.000,00 maka biaya promosi tahun 2004 Rp.57.178.000,00

Berikut ini tabel hasil perolehan jumlah siswa pada LP Alfabank Surakarta tahun 2000 sampai tahun 2004

Tabel III.8
Hasil Perolehan Jumlah Siswa LP Alfabank Surakarta
Program Pendidikan Komputer Satu Tahun
Tahun 2000 – 2004

Tahun	Keterangan	Jumlah Siswa	Total Jumlah Siswa	Perubahan (%)
2000	MIPE	69	208	
	MIKASE	82		
	EXIM	57		
2001	MIPE	230	407	95,67
	MIKASE	100		
	EXIM	77		
2002	MIPE	280	503	23,59
	MIKASE	124		
	EXIM	99		
2003	MIPE	265	464	-7,75
	MIKASE	111		
	EXIM	88		
2004	MIPE	256	419	-9,7
	MIKASE	61		
	EXIM	59		
	TEKKOM	43		

(Sumber: Bagian Pemasaran LP Alfabank Surakarta tahun 2005)

Berdasarkan tabel III.2 dan tabel III.8 dapat dijelaskan bahwa pada tahun 2001 biaya promosi Rp.37.660.000,00 atau meningkat 7,06 % dari biaya promosi tahun 2000 dan jumlah siswa yang diperoleh sebanyak 407 siswa atau meningkat 95,67 % dari perolehan siswa tahun 2000. Pada tahun 2002 biaya promosi Rp. 47.302.000,00 atau meningkat 25,60 % dari biaya promosi tahun 2001 dan jumlah siswa yang diperoleh sebanyak 503 siswa atau meningkat 23,59 % dari perolehan siswa tahun 2001. Pada tahun 2003 biaya promosi Rp. 55.128.000,00 atau meningkat 16,54 % dari biaya promosi tahun 2002 dan jumlah siswa yang diperoleh sebanyak 464 siswa atau menurun 7,75 % dari perolehan siswa tahun 2002. Pada tahun 2004 biaya promosi Rp. 57.178.000,00 atau meningkat 3.72% dari biaya promosi tahun 2003 dan jumlah siswa yang diperoleh sebanyak 419 siswa atau menurun 9,7 % dari perolehan siswa tahun 2003.

Meskipun besarnya biaya promosi dari tahun ke tahun meningkat namun tidak selalu diikuti dengan peningkatan jumlah siswa. Pada tahun 2000 sampai 2002 meskipun biaya promosi selalu meningkat namun jumlah siswa yang diperoleh juga mengalami peningkatan. Hal ini dikarenakan lembaga yang sejenis di bidang pendidikan ahli komputer pada waktu itu masih sedikit. Dan untuk publisitas menunjukkan bahwa LP Alfabank merupakan lembaga pendidikan komputer terbaik di kota Surakarta dibanding lembaga sejenis lain yang prestasinya belum sebanding dengan prestasi LP Alfabank pada waktu itu dan hal inilah yang membantu lembaga saat itu dalam menjangkau siswa untuk meningkatkan jumlah

siswanya. Sedangkan tahun 2003 dan tahun 2004 meskipun biaya promosi meningkat namun jumlah siswa yang diperoleh menurun dari tahun sebelumnya. Untuk kegiatan promosi penjualan LP Alfabank Surakarta masih memberikan bea siswa dan potongan biaya pendaftaran, sedangkan pihak pesaing melakukan kegiatan promosi selain memberikan bea siswa dan potongan biaya pendaftaran juga memberikan potongan biaya pendidikan bagi siswa yang mendaftar lebih awal. Kegiatan personal selling LP Alfabank Surakarta dengan melakukan presentasi di SLTA sekaresidenan Surakarta juga sudah dilakukan pihak lembaga lain yang sejenis. Dan untuk publisitas menunjukkan bahwa sekarang ini sudah banyak lembaga pendidikan sejenis dan berprestasi sama seperti LP Alfabank yang berdiri di kota Surakarta, sehingga para siswa mempunyai banyak pilihan untuk belajar di lembaga pendidikan komputer.

H. Analisis Metode Perbandingan

Untuk metode perbandingan dirumuskan dalam perumusan sebagai berikut:

$$\frac{\text{Biaya promosi pertahun}}{\text{jumlah perolehan siswa pertahun}}$$

Semakin kecil hasil perbandingan antara biaya promosi dengan jumlah siswa yang diperoleh menunjukkan semakin baiknya perusahaan dalam menjangkau siswa untuk meningkatkan jumlah siswanya.

Berikut ini tabel hasil perbandinga biaya promosi dengan jumlah perolehan siswa LP Alfabank Surakarta tahun 2000 – 2004 untuk program pendidikan satu tahun.

Tabel III.9
Hasil Perbandingan Program Satu Tahun LP Alfabank Surakarta
Tahun 2000 – 2004

Tahun	Biaya Promosi	Jumlah Siswa	Hasil Perbandingan	Perubahan (%)
2000	Rp. 35.175.000	208	Rp.169.110,58	
2001	Rp. 37.660.000	407	Rp.92.530,71	-45,28
2002	Rp. 47.302.000	503	Rp.94.039,76	1,63
2003	Rp. 55.128.000	464	Rp.118.810,34	26,34
2004	Rp. 57.178.000	419	Rp.136.463,01	14,86

(Sumber: Bagian Pemasaran LP Alfabank Surakarta tahun 2005)

Berdasarkan tabel III.9 diatas pada tahun 2001 hasil perbandingan antara biaya promosi dengan jumlah siswa menurun 45,28% dari hasil perbandingan tahun 2000 menjadi Rp.92.530,71 artinya setiap satu siswa diperlukan biaya promosi sebesar Rp.92.530,71. Pada tahun 2002 hasil perbandingan antara biaya promosi dengan jumlah siswa meningkat 1,63% dari hasil perbandingan tahun 2001 menjadi Rp.94.039,76 artinya setiap satu siswa diperlukan biaya promosi

sebesar Rp94.039,76. Pada tahun 2003 hasil perbandingan antara biaya promosi dengan jumlah siswa meningkat 26,34% dari hasil perbandingan tahun 2002 menjadi Rp.118.810,00 artinya setiap satu siswa diperlukan biaya promosi sebesar Rp.118.810,00. Pada tahun 2004 hasil perbandingan antara biaya promosi dengan jumlah siswa meningkat 14,86% dari hasil perbandingan tahun 2003 menjadi Rp.136.463,01 artinya setiap satu siswa diperlukan biaya promosi sebesar Rp. 136.463,01.

Berdasarkan keterangan diatas maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi yang paling efisien untuk dapat meningkatkan jumlah siswa yaitu pada tahun 2002 dengan hasil perbandingan antara biaya promosi sebesar Rp.47.302.000. dengan jumlah siswa sebanyak 503 siswa diperoleh hasil perbandingan sebesar Rp.94.039,76 yang artinya setiap satu siswa diperlukan biaya promosi sebesar Rp.94.039,76. Meskipun tahun 2001 biaya promosi untuk satu siswa hanya diperlukan sebesar Rp.92.530,71 namun perolehan jumlah siswa dengan biaya promosi sebesar Rp. 37.660.000 hanya 407 siswa. Sedangkan kegiatan promosi yang kurang efisien untuk dapat meningkatkan jumlah siswa yaitu pada tahun 2000 dengan hasil perbandingan antara biaya promosi sebesar Rp. 35.175.000 dengan jumlah siswa sebanyak 208 diperoleh hasil perbandingan sebesar Rp.169.110,58 yang artinya setiap satu siswa diperlukan biaya promosi sebesar Rp.169.110,58.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis dari kegiatan promosi yang dilakukan oleh LP Alfabank Surakarta dalam hubungannya dengan usaha meningkatkan jumlah siswa dari tahun 2000 sampai tahun 2004 maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam usahanya untuk meningkatkan jumlah siswa, LP Alfabank Surakarta melakukan kegiatan promosi dengan menerapkan bauran promosi yang meliputi periklanan (advertising) dengan menggunakan media yaitu koran, bloknote, pamflet, spanduk, bloknote, jam dinding, papan pengumuman, baliho. Promosi penjualan dilakukan dengan cara memberikan bea siswa bagi para pelajar yang berprestasi dan juga memberikan potongan biaya pendaftaran. Personal selling dilakukan dengan cara presentasi ke SLTA yang berada di wilayah karesidenan Surakarta. Publisitas dilakukan oleh pihak pers yang meliput kegiatan dan peristiwa yang ada hubungannya dengan pihak lembaga seperti pemberian penghargaan kepada LP Alfabank.
2. Besarnya biaya promosi antara 7 – 15 % dari total pendapatan tahun sebelumnya yang diperoleh LP Alfabank Surakarta.

3. Total pendapatan dan perolehan jumlah siswa yang paling tinggi diperoleh LP Alfabank Surakarta yaitu pada tahun 2002 sebesar Rp.762.300.000,00 dengan perolehan jumlah siswa sebanyak 503 siswa.
4. Kegiatan promosi yang paling efisien untuk dapat meningkatkan jumlah siswa yaitu pada tahun 2001 dengan hasil perbandingan antara biaya promosi sebesar Rp. 37.660.000 dengan jumlah siswa sebanyak 407 siswa diperoleh hasil perbandingan sebesar Rp.92.530,71 yang artinya setiap satu siswa diperlukan biaya promosi sebesar Rp.92.530,71. Sedangkan kegiatan promosi yang kurang efisien untuk dapat meningkatkan jumlah siswa yaitu pada tahun 2000 dengan hasil perbandingan antara biaya promosi sebesar Rp. 35.175.000 dengan jumlah siswa sebanyak 208 diperoleh hasil perbandingan sebesar Rp.169.110,58 yang artinya setiap satu siswa diperlukan biaya promosi sebesar Rp.169.110,58.
5. Dari keempat jenis kegiatan promosi yang dilakukan oleh LP Alfabank Surakarta yang paling efektif adalah promosi penjualan karena dengan memberikan bea siswa bagi pelajar berprestasi dan potongan biaya pendaftaran pada tahun 2000-2002 dapat menarik siswa sedangkan para pesaing pada waktu itu belum memberikan bea siswa dan potongan biaya pendaftaran. Sedangkan kegiatan promosi yang kurang efektif adalah kegiatan personal selling karena pihak LP Alfabank Surakarta hanya melakukan kegiatan presentasi di sekitar wilayah karesidenan Surakarta.

B. Saran

Dari hasil analisis data serta penarikan kesimpulan yang telah dilakukan, penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Hendaknya LP Alfabank melakukan penambahan media periklanan dengan pemberian stiker, buku teknik wawancara.
2. Untuk mengantisipasi para pesaing sebaiknya pihak LP Alfabank Surakarta memberikan potongan harga kepada para siswa yang mendaftar lebih awal dan para siswa yang membayar biaya pendidikan secara tunai pada kegiatan promosi penjualan.
3. Untuk kegiatan personal selling dengan mengadakan kegiatan presentasi tidak hanya di wilayah karesidenan Surakarta namun juga di daerah sekitar kota Surakarta antara lain Wonogiri, Sukoharjo, Sragen.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis dari kegiatan promosi yang dilakukan oleh PL Alfabank Surakarta dalam hubungannya dengan usaha meningkatkan jumlah siswa dari tahun 2000 sampai tahun 2004 maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam usahanya untuk meningkatkan jumlah siswa, LP Alfa bank Surakarta melakukan kegiatan promosi dengan menerapkan bauran promosi yang meliputi periklanan, (advertising) dengan menggunakan media yaitu koran, blok note, pamflet, spanduk, jamdinding, papan pengumuman, baliho. Promosi penjualan yang dilakukan dengan cara memberikan beasiswa bagi para pelajar yang berprestasi dan juga memberikan potongan biaya pendaftaran. Personal selling dilakukan dengan cara presentasi ke SLTA yang berada di wilayah karisidenan Surakarta. Publisitas dilakukan oleh pers yang meliput kegiatan dan peristiwa yang ada hubungannya dengan pihak lembaga seperti pemberian penghargaan kepada LP Alfa bank Surakarta.
2. Besarnya biaya promosi antara 7 – 15% dari total pendapatan tahun sebelumnya yang diperoleh LP Alfabank Surakarta.

3. Total pendapatan dan perolehan jumlah siswa yang paling tinggi diperoleh LP alfabank Surakarta yaitu pada tahun 2002 sebesar Rp. 762.300.000,00 dengan perolehan jumlah siswa sebanyak 503 siswa.
4. Kegiatan promosi yang paling efisien untuk dapat meningkatkan jumlah siswa yaitu pada tahun 2001 dengan hasil perbandingan antara biaya promosi sebesar Rp. 92.530,71 yang artinya setiap satu siswa diperlukan biaya promosi sebesar Rp. 92.530,71. Sedangkan kegiatan promosi yang kurang efisien untuk dapat meningkatkan jumlah siswa yaitu pada tahun 2000 dengan hasil perbandingan antara biaya promosi sebesar Rp. 35.175.000,00 dengan jumlah siswa sebanyak 208 siswa diperoleh hasil perbandingan sebesar Rp.169.110,58 yang artinya setiap satu siswa diperlukan biaya promosi sebesar Rp.169.110,58.
5. Penerapan bauran promosi yang digunakan LP Alfabank Surakarta pada tahun 2000 sampai tahun 2002 dapat meningkatkan jumlah siswa. Sedangkan tahun 2003 dan tahun 2004 penerapan bauran promosi belum dapat meningkatkan jumlah siswa hal ini dikarenakan sudah banyak berdiri lembaga pendidikan sejenis di Surakarta. Kegiatan promosi penjualan hanya memberikan beasiswa dan potongan biaya pendaftaran padahal pesaing memberikan beasiswa dan potongan biaya pendaftaran ditambah potongan biaya pendidikan bagi siswa yang mendaftar lebih awal. Pada Personal selling kegiatan yang dilakukan

hanya presentasi di SLTA sekarisidenan Surakarta sedangkan para pesaing juga melakukan kegiatan presentasi seperti LP Alfabank.

B. Saran

Dari hasil analisis data serta penarikan kesimpulan yang telah dilakukan, penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk mengantisipasi para pesaing pada kegiatan promosi penjualan sebaiknya LP Alfa bank Surakarta memberikan potongan harga kepada para siswa yang mendaftar lebih dulu.
2. Untuk kegiatan Personal selling dengan mengadakan kegiatan presentasi tidak hanya di wilayah karesidengan Surakarta namun juga didaerah sekitar kota Surakarta antara lain Wonogiri, Sukoharjo, Sragen.

DAFTAR PUSTAKA

- Swastha DH, Basu. 1984. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Swastha DH, Basu. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Swastha DH, Basu. 1996. *Asas-Asas Marketing*. Yogyakarta : Liberty.
- Musselman, Vernon A .1992. *Pengantar Ekonomi Perusahaan. Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Asri, Marwan. 1986. *Marketing*. Yogyakarta : BPFE.
- Lamb,Hair,dan Mc Daniel. 2001. *Pemasaran. Buku 1*. Jakarta : Salemba Empat.
- Lamb,Hair,dan Mc Daniel. 2001. *Pemasaran. Buku 2*. Jakarta : Salemba Empat.
- Stanton, William J. 1984. *Prinsip Pemasaran. Edisi Ketujuh. Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Stanton, William J. 1993. *Prinsip Pemasaran. Edisi Ketujuh. Jilid 2*. Jakarta : Erlangga.
- Stanton, William J. 1984. *Pemasaran 2000*. Jakarta : Erlangga.



SURAT KETERANGAN

555/ALF-Slo/HM-MKT/VI/05

bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Dra. Biyarni
 Jabatan : Kabag. Humas & Marketing
 Instansi : Lembaga Pendidikan ALFADANK Surakarta
 Jln. Slamet Riyadi No. 509
 Telp (0271) 731054 / 53

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : Ansyie Noviane
 NIM : F 3202011
 Fakultas : Ekonomi UNS
 Jurusan : Manajemen Pemasaran

adakan kegiatan observasi dalam rangka penyusunan Tugas Akhir dengan judul
 "Pengaruh Bauran Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Baru pada Lembaga
 Pendidikan Komputer Alfabank Surakarta"

Surat keterangan ini di buat, semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 8 Juli 2005

Dra. Biyarni

SURAT PERNYATAAN

bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : A-GYS A-CVIAN
 Nomor Induk Mahasiswa : F3202011
 Fakultas : Ekonomi Universitas Sebelas Maret
 Jurusan / Program Studi : MANAJEMEN PEMASARAN
 Tempat, tanggal lahir : SURABAYA 14 NOVEMBER 1982
 Alamat rumah / no.telephone : KEPATIHAN KULON RT05 RW 03
 Judul Tugas Akhir : PEMBAYARAN MAJORE PROMOST DALAM
MELOKATKAN JUMLAH SISWA BARU
PADA LEMBAGA PEMODIKAN
LEMBAGA PEMODIKAN KOMPUTER
ATF BANK SURABAYA

Penbimbing Tugas Akhir

: Dra. SRI SUWASTI,MM

Ini menyatakan bahwa :

Tugas Akhir yang saya susun merupakan hasil karya saya sendiri.

Apabila ternyata dikemudian hari diketahui bahwa Tugas Akhir yang saya susun tersebut terbukti merupakan hasil jiplakan / salinan / saduran karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi berupa :

a. Sebelum dinyatakan LULUS :

* Menyusun ulang Tugas Akhir dan diuji kembali

b. Setelah dinyatakan LULUS :

* Pencabutan gelar dan penarikan ijasah keserjanaan yang telah diperoleh

Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan untuk dipergunakan dimana mestinya.

Surabaya, 5 Juli 2005

Yang menyatakan,



A-GYS A-CVIAN

NIM F3202011