

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN  
DI PT EFRATA RETAILINDO CEMANI SUKOHARJO JAWA TENGAH**



**TUGAS AKHIR**

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat Guna  
Mencapai Derajat Ahli Madya Program Studi Diploma III  
Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Sebelas Maret Surakarta**

**Oleh:**

**FARID AL-KHARIS ZAIN PERDANA**

**NIM F3517015**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN BISNIS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA  
2020**

**ABSTRAK**  
**PENGARUH PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN**  
**DI PT EFRATA RETAILINDO CEMANI SUKOHARJO JAWA TENGAH**

**Farid Al-Kharis Zain Perdana**

**NIM F3517015**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Strategi promosi PT Efrata Retailindo pada tahun 2017-2019? (2) Pengaruh promosi terhadap volume penjualan PT Efrata Retailindo pada tahun 2017-2019?

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif, penelitian ini dilaksanakan pada PT Efrata Retailindo, dan data yang diambil selama tiga tahun mulai tahun 2017-2019 dan perhitungannya menggunakan data bulanan yang terdiri dari biaya promosi dan volume penjualan. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah dengan deskriptif kualitatif dan kuantitatif serta regresi linear sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: PT Efrata Retailindo Selama tahun 2017-2019 melakukan strategi promosi melalui promosi penjualan dengan memberikan potongan harga, *personal selling*, dan publisitas. Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, Konstanta sebesar 27.830,154 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai Biaya promosi maka nilai volume jual sebesar 27.830,154. Koefisien regresi X sebesar 0,007 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai biaya promosi, maka nilai volume jual bertambah sebesar 0,007. Dari analisis koefisien determinasi diperoleh hasil korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,45 dan dijelaskan besarnya prosentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang disebut koefisien determinasi yang merupakan hasil dari penguadratan R. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,203, yang memiliki pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (Biaya Promosi) terhadap variabel terikat (Volume Penjualan) adalah sebesar 20,3%., sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Hubungan antara variabel bebas yaitu biaya promosi penjualan dengan variabel volume penjualan bersifat positif artinya jika variabel bebas yaitu biaya promosi penjualan ditingkatkan maka volume penjualan akan mengalami peningkatan. Jadi untuk meningkatkan volume penjualan diharapkan pimpinan dapat meningkatkan biaya promosi yang dapat meningkatkan volume penjualan.

**Keywords: Promosi Penjualan, Volume Penjualan, Penjualan, PT. Efrata Retailindo Surakarta**

**ABSTRACT****THE INFLUENCE OF PROMOTION ON SALES VOLUME  
IN PT EFRATA RETAILINDO CEMANI SUKOHARJO JAWA TENGAH****Farid Al-Kharis Zain Perdana****F3517015**

*This study aims to determine: (1) The promotion strategy of PT Efrata Retailindo in 2017-2019? (2) The effect of promotion on the sales volume of PT Efrata Retailindo in 2017-2019?*

*This research uses qualitative and quantitative methods, this research was conducted at PT Efrata Retailindo, and the data was taken for three years from 2017-2019 and the calculations used monthly data consisting of promotion costs and sales volume. The data were collected by means of interviews, observation and documentation. The data analysis used is descriptive qualitative and quantitative and simple linear regression.*

*The results showed that: PT Efrata Retailindo during 2017-2019 carried out a promotional strategy through sales promotions by providing discounts, personal selling, and publicity. Based on the results of simple linear regression analysis, a constant of 27,830,154 states that if there is no value for promotion costs, the value of the selling volume is 27,830,154. The X regression coefficient of 0.007 states that for each additional 1 value of promotional costs, the selling volume value increases by 0.007. From the analysis of the coefficient of determination, the correlation / relationship (R) is 0.45 and it explains the percentage of influence of the independent variable on the dependent variable called the coefficient of determination which is the result of squaring R. From this output, the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) is 0.203, which means that the effect of the independent variable (Promotion Cost) on the dependent variable (Sales Volume) is 20.3%, while the rest is influenced by other variables. The relationship between the independent variables, namely sales promotion costs and the sales volume variable, is positive, meaning that if the independent variable, namely sales promotion costs, is increased, the sales volume will increase. So to increase sales volume, it is hoped that the leadership can increase the cost of promotion which can increase sales volume.*

**Keywords: Sales Promotion, Sales Volume, Sales, PT. Efrata Retailindo Cemani Sukoharjo Jawa Tengah**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul:

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN**

**DI PT EFRATA RETAILINDO CEMANI SUKOHARJO JAWA TENGAH**



Surakarta, 2 Agustus 2020

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Wiyono', is written over the bottom left portion of the UNS logo.

(Drs. Wiyono, M.M)

NIP. 19550505198503002

**PENGESAHAN**

**“PENGARUH PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN  
DI PT EFRATA RETAILINDO CEMANI SUKOHARJO JAWA TENGAH”**

Tugas Akhir ini telah diuji dan disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir

Program Studi Diploma III Manajemen Bisnis

Sekolah Vokasi

Universitas Sebelas Maret Surakarta

Pada Hari : Selasa

Tanggal : 1 September 2020

Disusun Oleh :

**FARID AL-KHARIS ZAIN PERDANA**

**F3517015**

Panitia Ujian Tugas Akhir	Nama
1. Penguji 1	Haryanto, S.E.,M.Si NIP. 197403092006041001
2. Penguji 2	Drs. Wiyono, M.M NIP. 195505051985031002

Tanda Tangan



Mengetahui

Kepala Program Studi  
D3 Manajemen Bisnis



Yeni Fajariyanti, S.E., M.Si  
NIP.19740112200012200

**SURAT PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Sebelas Maret:

Nama : Farid Al-Kharis Zain Perdana  
NIM : F3517015  
Program Studi : D3 Manajemen Bisnis  
Judul Tugas Akhir : PENGARUH PROMOSI TERHADAP VOLUME  
PENJUALAN PT EFRATA RETAILINDO CEMANI  
SUKOHARJO JAWA TENGAH

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Tugas Akhir yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan hasil jiplakan dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ni tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Surakarta, 2 Agustus 2020

Mahasiswa



Farid Al-Kharis Zain Perdana  
NIM. F3517015



## HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO:

Ubah pikiranmu dan kau dapat mengubah duniamu (Norman Vincent Peale).



Karya ini dipersembahkan kepada:

- Bapak dan Ibu tercinta
- Adik tersayang
- *Someone special*
- Almamater

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT dan shalawat serta salam semoga terlimpah kepada junjunan kita Nabi Besar Muhammad S.A.W, karena hanya dengan Rahmat dan Hidayah-Nya Laporan Tugas Akhir dengan judul **“PENGARUH PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PT EFRATA RETAILINDO CEMANI SUKOHARJO JAWA TENGAH”** ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Tugas Akhir ini disusun untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat guna mencapai Gelar Ahli Madya pada Program Diploma 3 Studi Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.

Penulisan Laporan Tugas Akhir ini tidak mungkin akan berjalan dengan lancar tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini izinkan penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. ALLAH S.W.T yang telah memberikan hidayah, nikmat, dan karunianya berupa akal pikira, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini,
2. Bapak Prof. Dr. Jamal Wiwoho, SH., M.Hum selaku rektor Universitas Negeri Sebelas Maret Surakarta,
3. Prof. Drs. Djoko Suhardjanto, M.Com.(Hons)., Ph.D., Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Sebelas Maret Surakarta,
4. Yeni Fajariyanti, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Sebelas Maret Surakarta,
5. Ibu Dra. Anastasia Riani Suprpti, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik selama saya menjalani kegiatan perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Program Studi Diploma III Manajemen Bisnis Universitas Negeri Sebelas Maret  
Surakarta,

6. Bapak Drs. Wiyono, M.M selaku Pembimbing Tugas Akhir ini yang memberikan bimbingan serta pengarahan dalam penyusunan Tugas Akhir ini,
7. Semua staf dan pimpinan yang ada di PT Efrata Retailindo yang telah berkenan memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan kegiatan praktik magang kerja dan penelitian selama satu bulan,
8. Bapak Fajar Nugroho selaku Pembimbing dari pihak PT Efrata Retailindo.
9. Mbak Ayu Rima Pebrianti yang memberikan segala informasi dalam penyusunan Tugas Akhir ini,
10. Orangtua tercinta terimakasih berkat doa, perhatian, dukungan, serta nasehatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini,
11. Adik tercinta terimakasih atas doa dan dukungan yang selalu tercurah,
12. *Someone I love* yang setia mendampingi dalam penulisan Tugas Akhir ini,
13. Dan semua teman-teman seperjuangn tercinta yang saling memberikan dorongan, motivasi, serta semangat selama perjalanan menempuh detik akhir dalam menyelesaikan jenjang pendidikan ini.

Penulis menyadari sepenuhnya atas kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga karya sederhana ini dapat memberi manfaat bagi pihak – pihak yang membutuhkan

Surakarta, 2 Agustus 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman	
HALAMAN SAMBUTAN .....	i
HALAMAN ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
HALAMAN PERETUJUAN PEMBIMBING .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN.....	vi
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Tugas Akhir .....	5
D. Manfaat Tugas Akhir .....	5
E. Metode Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
A. Volume Penjualan .....	8

B. Promosi .....13

**BAB III PEMBAHASAN .....20**

A. Gambaran Umum Perusahaan.....20

B. Laporan Magang Kerja .....30

C. Pembahasan Penelitian.....35

**BAB IV PENUTUP .....51**

A. KESIMPULAN.....51

B. SARAN .....52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



**DAFTAR TABEL**

## TABEL

3.1 Sumber Daya Manusia PT Efrata Retailindo .....	25
3.2 Kegiatan Magang .....	33
3.3 Biaya Promosi Penjualan .....	36
3.4 Biaya Promosi melalui <i>personal selling</i> .....	37
3.5 Biaya Promosi melalui publisitas .....	38
3.6 Biaya Promosi Tahun 2017-2019.....	39
3.7 Volume Penjualan 2017-2019.....	40



## DAFTAR GAMBAR

3.1 Struktur Organisasi Perusahaan PT Efrata Retailindo .....24



## DAFTAR GRAFIK

3.1 Biaya Promosi .....	42
3.2 Volume Penjualan .....	43





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Struktur Organisasi PT Efrata Retailindo

Lampiran 2 Lembar Kegiatan Magang

Lampiran 3 Lembar Penilaian Magang

Lampiran 4 Biaya Promosi

Lampiran 5 Volume Penjualan

Lampiran 6 Analisis Data

Lampiran 7 Foto Kegiatan

