

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF MARKETING COSTS ON MOTOR SALES IN PT. SURACO JAYA ABADI MOTOR BRANCH GOWA

Salmah Mayang Sari¹, Asriati², M. Hidayat³.

^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Makassar

e-mail: salmamayangsari@gmail.com

Abstract

Analysis of the Effect of Marketing Costs Against PT.Suraco Jaya Abadi Motor, Gowa Branch. Marketing is one of several management activities that have an important role, because it is a direct support that has a company's activities by meeting company products with the market to satisfy customer needs, thereby increasing sales volume from the maximum sales results with low costs. This study aims to determine the effect of marketing costs on motorcycle sales at PT.Suraco Jaya Abadi Motor. The observation period began from March to April 2016 which became the object of research was PT.Suraco Jaya Abadi Motor, Gowa Branch. For data analysis descriptive analysis methods and simple regression analysis methods are used. From this study, the results obtained from the four existing promotional activities such as advertising, personal selling, sales promotion and publicity. Pt. Suraco Jaya Abadi Motor, Gowa Branch only uses two types of sales promotion and advertising activities.

Keywords: Effect of Marketing Costs, Sales

Abstrak

Analisis Pengaruh Biaya Pemasaran Terhadap PT.Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Gowa. Pemasaran merupakan salah satu diantara beberapa kegiatan manajemen yang mempunyai peranan penting, karena merupakan penunjang langsung yang mempunyai kegiatan perusahaan dengan memmpertemukan produk perusahaan dengan pasar guna memuaskan kebutuhan pelanggan sehingga meningkatkan volume penjualan dari hasil penjualan yang maksimal dengan biaya-biaya yang rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya pemasaran terhadap penjualan motor pada PT.Suraco Jaya Abadi Motor. Adapun periode pengamatan di mulai dari bulan Maret sampai dengan April 2016 yang menjadi objek penelitian adalah PT.Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Gowa. Untuk analisis data digunakan metode analisis deskriptif dan metode analisis regresi sederhana. Dari penelitian ini diperoleh hasil bahwa dari keempat kegiatan promosi yang ada seperti periklanan, personal selling, promosi penjualan dan publisitas. Pt. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Gowa hanya menggunakan dua macam jenis kegiatan promosi penjualan dan periklanan.

Kata Kunci: Pengaruh Biaya Pemasaran, Penjualan

1. PENDAHULUAN

Perusahaan motor PT. Suraco Jaya Abadi Motor dalam menjalankan kegiatan usahanya tentunya harus merencanakan dan memperhitungkan dengan baik semua biaya operasional yang harus dikeluarkan seperti : Biaya pemasaran, biaya produksi, biaya umum administrasi dan biaya-biaya lainnya. Salah satu faktor paling penting yang mendapat perhatian penting dalam usaha dewasa ini adalah biaya pemasaran. Oleh karena itu pengeluaran untuk biaya pemasaran harus dipertimbangkan di satu pihak dan manfaat yang akan diperoleh dilain pihak. Untuk itulah dalam menunjang kegiatan-kegiatan pemasaran, perusahaan harus mengeluarkan sejumlah biaya-biaya pemasaran untuk mendapatkan pembeli atau pelanggan.

Kalkulasi biaya pemasaran yang tepat akan sangat berguna bagi perusahaan karena diharapkan dapat memberikan pengaruh yang berarti pada tingkat penjualan motor, disamping itu pentingnya pengalokasian biaya pemasaran dilakukan agar pihak manajemen dapat melakukan analisis serta berbagai kepentingan lainnya bagi perusahaan. Adapun biaya pemasaran yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah biaya yang dikeluarkan oleh PT Suraco Jaya Abadi Motor dalam melakukan kegiatan pemasarannya (biaya promosi). Hal inilah yang mendorong penulis membahas masalah tersebut, karena untuk mengetahui kuat tidaknya pengaruh biaya pemasaran terhadap volume penjualan.

Menurut Philip Kotler Pemasaran dalam bukunya Manajemen Pemasaran (1993 ; 5) didefinisikan bahwa Pemasaran adalah proses sosial dan managerial dengan nama individu dan kelompok mendapatkan upaya yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan Sedangkan pengertian pemasaran menurut William. M. Pride dalam bukunya Pemasaran, teori dan Praktek sehari - hari (1995:4) mengemukakan pemasaran sebagai berikut; Pemasaran terdiri dari kegiatan-kegiatan para individu dan organisasi yang dilakukan untuk memudahkan atau mendukung hubungan pertukaran yang memuaskan

dalam sebuah lingkungan yang dinamis melalui penciptaan, distribusi, promosi, penetapan harga untuk barang, jasa dan gagasan.

Biaya sebagai *cost* adalah nilai yang dikorbankan untuk memperoleh barang atau jasa, yang diukur dengan penurunan aktiva atau kenaikan kewajiban. Ongkos sebagai *expense* adalah biaya yang bermanfaat dan telah dikorbankan apabila manfaat suatu barang atau jasa yang kelak digunakan, maka biaya barang atau jasa tersebut akan menjadi beban, sebaliknya biaya yang belum dikorbankan diklasifikasikan sebagai aktiva karena masih bermanfaat pada masa yang akan datang". Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka masalah dalam pembahasan ini adalah , apakah biaya pemasaran berpengaruh terhadap penjualan motor pada PT Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Gowa. Untuk mengetahui pengaruh biaya pemasaran terhadap penjualan motor pada PT Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Gowa.

2. METODE

Penelitian ini dilakukan dikota Makassar pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor yang beralamat di jalan Sultan Hasanuddin No.38 Gowa, sedangkan waktu penelitian dan penyusunan laporan diperkirakan kurang lebih dua bulan (April-Juni 2016). Untuk memberikan persamaan persepsi maka peneliti memberikan batasan definisi pemasaran dalam penelitian. Biaya Pemasaran adalah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Penjualan adalah hasil yang dicapai sebagai imbalan jasa-jasa yang diselenggarakan, yang dilakukannya perniagaan dunia usaha.

Dalam usaha memperoleh data sehubungan dengan penulisan skripsi ini, maka digunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

- a. Penelitian Kepustakaan (*Library research*), yaitu dengan pengumpulan data sekunder yang dilakukan untuk memperoleh keterangan dan data dari literatur yang berupa buku, makalah yang relefan dengan landasan teori

masalah yang diteliti agar diperoleh suatu pemahaman yang mendalam serta menunjang proses pembahasan mengenai masalah-masalah yang telah diidentifikasi.

- b. Penelitian lapang (field research) yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung pada PT Suraco Jaya Abadi Motor dengan melakukan wawancara dengan pimpinan serta karyawan yang terkait dengan penelitian ini. Untuk menguji kebenaran hipotesis yang

telah dikemukakan sebelumnya maka digunakan metode analisis sebagai berikut :

- a. Analisis Deskriptif, digunakan untuk menjelaskan pengaruh biaya pemasaran terhadap penjualan motor pada PT Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Gowa.
 b. Analisis Regresi sederhana, menurut Hasan M. Iqbal (1999 : 112) digunakan Untuk mengukur keeratan (kekuatan) hubungan atau mengukur koefisien korelasi antara kedua variabel yaitu biaya pemasaran (X) dan volume penjualan (Y) maka digunakan analisis korelasi sederhana dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Untuk mengetahui besarnya pengaruh biaya pemasaran terhadap volume penjualan maka dipakai analisa regresi sederhana dengan rumus:

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel 1. Biaya Promosi Penjualan, Biaya Periklanan Serta Volume Penjualan Pada PT Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Gowa Tahun 2012-2016 (Dalam Rupiah)

Tahun	Biaya Promosi Penjualan	Biaya Periklanan	Total biaya Pemasaran	Penjualan	
				Dalam Unit	Dalam Rupiah
2012	2.784.615.078	1.016.321.000	3.800.938.090	30.711	315.509.787.722
2013	3.015.072.968	1.273.511.305	4.288.586.286	36.380	379.366.440.293
2014	3.009.010.403	955.698.695	3.964.711.112	28.472	300.482.719.605
2015	3.481.717.536	1.391.766.300	4.873.485.851	34.992	379.126.473.000
2016	3.314.241.881	924.608.900	4.238.852.797	41.224	459.358.842.355
Total	15.604.657.866	5.561.906.200	21.166.574.136	171.779	5.337.432.300

Sumber data : PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Gowa

$$Y = a + b X$$

Keterangan :

Y = Penjualan Motor

X = Biaya Pemasaran

a dan b= Konstanta

a dan b adalah bilangan yang harus dicari dengan menggunakan rumus :

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

Analisis trend, digunakan untuk meramalkan besarnya volume penjualan dimasa yang akan datang, digunakan metode least square dengan persamaan : $Y = a + bX$, dimana besarnya a dan b dapat Dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$a = \frac{\sum y}{n}$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

Keterangan :

X= Biaya pemasaran

Y = Ramalan penjualan pada periode X

a = nilai trend penjualan pada periode dasar

b = pertambahan trend tahunan

a. Promosi Penjualan

Promosi penjualan sebagai salah satu kegiatan promosi yang paling banyak menarik minat konsumen telah digunakan oleh PT. Suraco Jaya Abadi Motor untuk meningkatkan volume penjualannya. PT. Suraco Jaya Abadi Motor menyadari bahwa saat ini, kondisi masyarakat / Konsumen banyak yang tertarik oleh adanya hadiah-hadiah dan undian-undian, sehingga kesempatan ini tidak disia-siakan oleh perusahaan untuk melakukan promosi penjualan yang berupa Hadiah, Undian, dan Potongan Harga atau *Discount*. Upaya perusahaan dalam menyebar luaskan promosi penjualannya melalui kegiatan periklanan. Selain itu PT. Suraco Jaya Abadi Motor banyak mensponsori kegiatan-kegiatan sosial serta kegiatan olahraga yang diselenggarakan oleh instansi atau organisasi kemasyarakatan maupun organisasi pelajar dan mahasiswa.

Biaya yang telah dikeluarkan untuk kegiatan promosi penjualan cukup besar dengan harapan bahwa jumlah yang telah dikeluarkan akan sebanding dengan volume penjualan perusahaan, dengan arti lain bahwa akan menghasilkan keuntungan yang besar bagi perusahaan. Tabel 2 berikut memperlihatkan perkembangan biaya promosi penjualan yang dikeluarkan oleh PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Gowa untuk 5 (lima) tahun terakhir yang juga berfluktuasi seperti biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan periklanan.

Tabel 2. Perkembangan Biaya Promosi Penjualan Pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Gowa Tahun 2012-2016

Tahun	Biaya Promosi penjualan	Persentase (%)
	(Rupiah)	Biaya Promosi Penjualan
2012	1.016.321.000	
2013	1.273.511.305	25,31
2014	955.698.695	-24,96
2015	1.391.766.300	45,63
2016	924.608.900	-33,57
Rata-Rata	1.112.381.240	3,10

Sumber data : PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Gowa

Berdasarkan tabel diatas, sama halnya dengan biaya periklanan maka biaya promosi penjualan juga mengalami fluktuasi,

dimana pada tahun 2012 terjadi peningkatan sebesar 25,31% dan mengalami penurunan pada tahun 2014 sebesar 24,96%. Pada tahun 2015 terjadi peningkatan yakni sebesar 45,63% dan kemudian turun kembali sebesar 33,57% pada tahun 2016. Tetapi secara rata-rata terlihat bahwa terjadi peningkatan sebesar 3,10% pertahun dengan biaya promosi penjualan rata-rata Rp. 1.112.381.240 pertahun.

b. Periklanan

Kegiatan promosi berupa periklanan yang dilakukan oleh PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Gowa menggunakan beberapa media massa baik berupa media cetak maupun media komunikasi radio. Media cetak yang dipakai oleh PT. Suraco Jaya Abadi Motor adalah media cetak lokal yang terdiri dari Koran (Surat kabar, majalah, dan tabloid). Selain media cetak tersebut PT. Suraco Jaya Abadi Motor di Makassar juga menggunakan yellow pages sebagai media untuk priklanan, sedangkan media komunikasi radio yang dipakai adalah stasiun radio lokal dengan materi iklan yang sangat menarik dan informatif. Setelah melakukan pengamatan dan pengumpulan data maka penulis melihat bahwa media yang paling banyak menarik perhatian konsumen adalah media cetak berupa Koran/ surat kabar, sedangkan media elektronik berupa radio. Adapun Koran dan Surat Kabar.

Dalam melakukan kegiatan promosi melalui periklanan perusahaan telah mengeluarkan biaya yang tidak sedikit dari tahun ke tahun mengalami fluktuasi, untuk lebih jelasnya maka penulis menyajikan perkembangan biaya periklanan yang dikeluarkan oleh PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Gowa untuk 5 (lima) tahun terakhir, dari tahun 2012-2016 yang dapat dilihat pada tabel 3 berikut :

Tabel 3. Perkembangan Biaya Periklanan Pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Gowa Tahun 2012-2016 (Dalam Rupiah)

Tahun	Biaya Periklanan	Persentase
	(Rupiah)	Biaya
2012	2.784.615.078	-
2013	3.015.072.968	8,28
2014	3.009.010.403	-0,20
2015	3.481.717.536	15,71

2016	3.314.241.881	-4,81
Rata-Rata	3.120.931.573	4,74

Sumber data : PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Gowa

Dari tabel 5.3 diatas dapat dilihat bahwa biaya periklanan yang dikeluarkan oleh PT. Suraco Jaya Abadi Motor rata-rata sebesar Rp.3.120.931.573 pertahun. Persentase peningkatan biaya terlihat sangat meningkat di mana pada tahun 2013 terjadi peningkatan sebesar 8,28% dan 2014 terjadi penurunan sebesar 0,20% kemudian pada tahun 2015 mengalami kenaikan sebesar 15,71% dan turun sebesar 4,81 % pada tahun 2016. Walaupun terjadi fluktuasi perkembangan biaya tetapi secara rata-rata terjadi peningkatan sebesar 4,74% per tahun. Penurunan yang terjadi pada tahun 2014 yakni sebesar 0,20% di sebabkan oleh kebijakan perusahaan yang berubah karena kurangnya volume penjualan pada tahun sebelumnya akibat dari banyaknya saingan dari produser produk sejenis yang banyak masuk ke Indonesia.

Dengan semakin banyaknya saingan tersebut perusahaan menyadari bahwa kegiatan periklanan perlu di tingkatkan untuk menarik minat konsumen sehingga pada tahun 2015 terjadi peningkatan sebesar 15,71 %. Terjadinya kenaikan biaya

promosi penjualan dan biaya periklanan pada tahun 2015 yang terlihat pada tabel 2 dan tabel 3 diatas disebabkan oleh banyaknya pesaing baru sehingga perusahaan mengambil kebijakan untuk meningkatkan biaya promosi untuk dapat memenuhi target perusahaan Kebijakan meningkatkan biaya promosi yang diambil oleh perusahaan ternyata berakibat positif pada tingkat penjualan PT. Suraco Jaya Abadi Motor. Perusahaan melihat menyadari semakin banyaknya pesaing tersebut maka perusahaan mengambil kebijakan untuk meningkatkan biaya promosi.

c. Analisis Perkembangan Volume Penjualan

Penjualan adalah merupakan salah satu indikator keberhasilan kegiatan perusahaan yang memiliki kedudukan penting dan sangat di perhatikan oleh pimpinan perusahaan yang selalu di kaji setiap saat. Dengan mengetahui situasi penjualan perusahaan dapat menentukan berbagai kebijakan salah satunya adalah kebijakan mengenai promosi. Berikut ini pada tabel 4 di perlihatkan perkembangan volume penjualan pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor lima tahun terakhir.

Tabel.4. Perkembangan Volume Penjualan Pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Gowa Tahun 2012-2016 (Dalam Rupiah)

Tahun	Penjualan		Perubahan	
	Dalam Unit	Dalam Rupiah	(Rp)	%
2012	30.711	315.509.787.722		
2013	36.380	379.366.440.293	63.856.652.571	20,24
2014	28.472	300.482.719.605	-78.883.720.688	-20,79
2015	34.992	379.126.473.000	78.643.753.395	26,17
2016	41.224	459.358.842.355	80.232.369.355	21,16
Rata-Rata	34.356	366.768.852.595	35.962.263.658	11,70

Sumber data : PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Gowa

Berdasarkan Tabel 5.4 di atas, maka dapat diperoleh gambaran bahwa volume penjualan perusahaan dari tahun ke tahun mengalami fluktuasi, artinya terjadi kenaikan dan penurunan volume penjualan. Volume penjualan terbesar terjadi pada tahun 2016 yaitu sebesar Rp. 459.358.842.355 sedangkan penjualan terkecil terjadi pada tahun 2014 yaitu sebesar Rp. 300.482.719.605. Adapun rata-rata volume penjualan PT. Suraco Jaya Abadi Motor dari

tahun 2012 s /d tahun 2016 adalah sebesar Rp. 366.768.852.595. Fluktuasi volume penjualan juga terlihat dengan jelas dimana pada tahun 2013 terjadi peningkatan sebesar 20,24% atau peningkatan sebesar Rp. 379.366.440.293. lalu mengalami peningkatan di tahun 2014 sebesar Rp. 300.482.719.605. Kemudian pada tahun 2015 dan 2016 mengalami peningkatan sebesar 26,17% dan 21,16% atau sebesar Rp.379.126.473.000 dan

Rp.459.358.842.355. Walaupun terjadi perubahan yang naik turun tetapi secara rata-rata volume penjualan perusahaan meningkat sebesar 11,70% atau dengan nilai rupiah sebesar Rp. 366.768.852.595 pertahun. Perubahan naik turunnya volume penjualan tersebut bila dibandingkan dengan biaya promosi yang dilakukan oleh PT. Suraco Jaya Abadi Motor terlihat adanya hubungan yang erat seperti yang di sajikan pada table 5 berikut ini.

Tabel 5. Persentase Perubahan Volume Penjualan, Biaya Promosi Penjualan, dan Biaya Periklanan

Tahun	Perubahan Volume Penjualan	Perubahan Biaya	
		Promosi Penjualan	Periklanan
2012	-	-	-
2013	20,24	25,31	8,28
2014	-20,79	-24,96	-0,2
2015	26,17	45,63	15,71
2016	21,16	-33,57	-4,81
Total	46,78	12,41	18,98

Sumber data : PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Gowa

Berdasarkan dari tabel 5.5 diatas dapat dilihat bahwa ketika kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan menurun maka

volume penjualan juga mengalami penurunan, seperti terlihat pada tahun 2014 biaya promosi baik promosi penjualan maupun periklanan mengalami penurunan menyebabkan penurunan yang signifikan terhadap volume penjualan yakni sebesar 20,79% dan ketika kegiatan pemasaran meningkat yang ditandai dengan meningkatnya biaya promosi penjualan dan biaya periklanan berpengaruh positif terhadap volume penjualan, dimana mengalami peningkatan yang luar biasa yaitu sebesar 26,17 %. Dari uraian diatas maka dapat digambarkan bahwa perubahan volume penjualan pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Gowa dipengaruhi oleh perubahan biaya promosi.

d. Analisis Pengaruh biaya pemasaran terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Gowa.

Analisis Regresi sederhana , menurut Hasan M. Iqbal (1999 : 112) digunakan Untuk mengukur keeratan (kekuatan) hubungan atau mengukur koefisien korelasi antara kedua variabel yaitu biaya pemasaran (X) dan volume penjualan (Y)

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	57536477630,641	332170375943,407		,173	,874
	biaya pemasaran	73,047	78,173	,475	,934	,419

a. Dependent Variable: penjualan Output SPSS 23 (2016)

Berdasarkan hasil pengujian Uji regresi linear sederhana diperoleh bahwa biaya pemasaran memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap volume penjualan. Pengujian pengaruh variabel biaya pemasaran terhadap volume penjualan dapat diketahui dengan melihat nilai t table sebesar 0,934 dengan signifikansi sebesar 0,419. Nilai signifikansi yang berada di bawah 0,05 yang menunjukkan adanya pengaruh yang tidak signifikan dari variabel

biaya pemasaran terhadap volume penjualan. Sehingga hipotesis 1 yang menyatakan bahwa biaya pemasaran memiliki pengaruh terhadap volume penjualan ditolak. Uji Koefisien Determinas (R^2) Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan biaya pemasaran terhadap volume penjualan.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Model Summary ^b		
			Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,475 ^a	,225	-,033	64083055730,156	1,625

a. Predictors: (Constant), biaya pemasaran

b. Dependent Variable: penjualan

Output SPSS 23 (2016)

Pada tabel di atas terlihat bahwa koefisien determinasi yang disesuaikan (R Square) sebesar 0,225 atau sebesar 22,5%. Ini menandakan bahwa pengaruh biaya pemasaran terhadap volume penjualan lemah karena dari 100% pengaruhnya terhadap volume penjualan sebesar 22,5%. Berdasarkan pengolahan hasil data diatas, penelitian menunjukkan bahwa biaya pemasaran memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap volume penjualan pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor. Dan pada hasil pengujian uji regresi liner sederhana bahwa biaya pemasaran memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap volume penjualan.

Volume penjualan dapat diketahui dengan melihat nilai t table sebesar 0,934 dengan signifikansi sebesar 0,419. Nilai signifikansi yang berada diatas 0,05 yang menunjukkan adanya pengaruh yang tidak signifikan dari variabel biaya pemasaran terhadap volume penjualan. Sehingga hipotesis 1 yang menyatakan bahwa biaya pemasaran memiliki pengaruh terhadap volume penjualan tidak dapat diterima. Dengan demikian bahwa hipotesis sebelumnya tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan dari uraian hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis menyimpulkan bahwa :

a. Hasil analisis kegiatan promosi menunjukkan bahwa dari keempat kegiatan promosi yang ada seperti periklanan, personal selling, promosi penjualan dan publisitas. PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Gowa hanya menggunakan dua macam jenis kegiatan promosi yaitu promosi penjualan dan periklanan.

- b. Kegiatan promosi melalui periklanan pada PT. Suraco Jaya Abadi Motor Cabang Gowa menggunakan media cetak dan media komunikasi radio yang sifatnya local.
- c. Analisis korelasi menunjukkan adanya hubungan lemah antara biaya promosi dengan volume penjualan, hal ini diwakilkan oleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,475.

Saran

Dalam usaha mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan, maka diajukan beberapa saran sebagai berikut

- a. Perusahaan penjualan PT. Suraco Jaya Abadi Motor Sedapat mungkin memberikan potongan harga untuk penjualan produk-produk baru dan murah serta menawarkan hadiah-hadiah yang menarik.
- b. Perusahaan hendaknya tidak berhenti didalam promosi penjualan lewat pameran-pameran, karena kesan yang ditimbulkan dengan cara ini dapat menimbulkan pilihan untuk produk baru tersebut pada saat konsumen memutuskan untuk mengadakan pembelian.
- c. Perusahaan didalam meningkatkan omset penjualan perlu dilakukan perluasan daerah pemasaran dan memperbanyak melakukan promosi secara gencar dan terus menerus.

5. REFERENSI

- Igbal M hasan, 1999, Pokok-pokok Materi Statistik I & II, Cetakan Pertama, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta.
- Kotler, Philip, 1997, Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, Edisi Sembilan, Jilid I, Penerbit PT Prohalindo, Jakarta.

Pride M. William dan Ferrel, OC, 2005,
Pemasaran : Teori dan Praktek Sehari-
hari, Penerjemah : Wirajaya, Daniel,
Edisi Tujuh, Jilid I, Penerbit Binarupa
Aksara, Jakarta