

PENGARUH POTONGAN PENJUALAN DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT KERETA KENCANA MURNI.

Elsima Sihombing, Budi Prijanto, SE., MM.

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2009

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : penjualan

Abstraksi :

Perusahaan yang terlibat dalam kompetisi global dituntut untuk melakukan perubahan-perubahan baik dalam pemakaian teknologi maupun proses kerja secara keseluruhan agar terjadi perbaikan ke arah yang lebih efektif dan efisien bagi penetapan harga, promosi produk, dan distribusinya sehingga diharapkan tujuan perusahaan dapat tercapai. Untuk meningkatkan volume penjualan maka PT Kereta Kencana Murni menetapkan kebijakan penjualan secara kredit dan tunai pada tingkat tertentu dan bersifat tetap, potongan penjualan kredit (1% â¬ Rp.1.000.000, 2% â¬ Rp.3.000.000, 3% â¬ Rp.6.000.000, dan 5% â¬ Rp.9.000.000) dan tambahan potongan tunai 1% > Rp.100.000, dan selanjutnya berlaku sama dengan tingkat penjualan kredit, sedangkan biaya promosi bersifat berbeda-beda (fluktuatif) setiap bulannya yaitu tergantung dari keberadaan stock persediaan dan menyambut event-event tertentu. Dalam analisis ekonomi dan bisnis dalam mengolah data sering digunakan analisis regresi dan korelasi sebagai metode kuantitatif untuk membantu pihak manajemen dalam pengambilan keputusan yang tepat. Apakah ada pengaruh potongan penjualan dan biaya promosi terhadap volume penjualan? Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan maka peneliti memberikan kesimpulan bahwa potongan penjualan lebih memiliki tingkat pengaruh signifikan terhadap volume penjualan dari biaya promosi.