

# **PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP OMZET KREDIT CEPAT AMAN (KCA) PADA PERUM PEGADAIAN**

**HENITA TRI WIDYASARI, HERU PURNOMO, SE, MM**

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2007

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : kredit

Abstraksi :

Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu-arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Adapun jenis kegiatan pada promosi adalah iklan, penjualan secara personal, promosi penjualan, publisitas, dan pemasaran langsung. Jenis data yang digunakan oleh penulis adalah data primer, yaitu penulis memperoleh langsung data-data yang diperlukan dari sumber yang berkaitan, yaitu mengenai biaya promosi dan omzet KCA. Metode pengumpulan data yang dipakai adalah melalui penelitian lapangan dengan mengadakan wawancara, pengutipan laporan-laporan terkait, serta melakukan observasi langsung. Sedangkan metode penelitiannya adalah dengan analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan menganalisa masalah-masalahnya dengan cara mendeskripsikannya melalui tabel, dan metode analisis kuantitatif yaitu berupa metode analisa regresi korelasi linier untuk menentukan hubungan antara biaya promosi terhadap omzet KCA, dan mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap omzet Kredit Cepat Aman (KCA) di PERUM Pegadaian. Hasil analisa terhadap omzet KCA menunjukkan sudah optimal. Hal itu ditunjukkan oleh hasil analisis koefisien korelasi yaitu 0,98 ( $r = 1$  atau mendekati 1) yang berarti koefisien dikatakan positif, hubungan yang kuat dan bersifat searah. Penetapan biaya promosi sangatlah mempengaruhi naik turunnya omzet KCA pada PERUM Pegadaian, dimana peranan biaya promosi memberikan kontribusi sebesar 96,04 % terhadap peningkatan omzet KCAny. Hal tersebut dapat dilihat dari perubahan prosentase biaya promosi dengan prosentase omzet KCAny, dan hasil uji hipotesisnya adalah sebesar + 8,65 yang berarti  $H_0$  diterima. Manfaat dari penulisan ilmiah ini adalah menambah dan memperluas pengetahuan penulis mengenai kegiatan operasional pada PERUM Pegadaian terutama mengenai pengaruh biaya promosi terhadap omzet KCA pada PERUM Pegadaian.