

Peran Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan PT Matahari Putra Prima

Miriam Widiati Muljana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184448&lokasi=lokal>

Abstrak

PT Matahari Putra Prima adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang usaha dagang eceran dengan sasaran anggota keluarga golongan ekonomi menengah, tinggal di daerah perkotaan, merupakan orang-orang yang praktis, tertarik pada mode namun tetap ingin menghemat. Struktur pasar yang dihadapi adalah struktur pasar monopolis (monopolistic competition), dimana Matahari merupakan usaha eceran lokal yang memimpin pasar. Dengan demikian Matahari sudah berada pada tingkat 'brand awareness' yang tinggi sehingga yang perlu dilakukan adalah melakukan kegiatan promosi yang bersifat mengingatkan dan meningkatkan image perusahaan. Kegiatan promosi menggunakan peralatan bauran pemasaran yang meliputi: Periklanan, yang digunakan adalah "informative advertising" dan "persuasive advertising"; Promosi penjualan, dengan special sales event dan store display; Penjualan pribadi, yang dimaksud adalah peran dari pramuniaga yang sangat mempengaruhi performa jangka pendek Matahari; Humas, ditujukan untuk meningkatkan citra perusahaan dan mengingatkan masyarakat akan keberadaan Matahari. Evaluasi efektivitas strategi promosi dilakukan dengan melihat tanggapan konsumen terhadap program promosi dan melihat pengaruh program promosi terhadap penjualan, yang keduanya dilakukan dengan menggunakan variabel media, sasaran kegiatan promosi dan jenis kegiatan promosi yang dilakukan. Dari hasil evaluasi dapat dilihat bahwa media yang paling berpengaruh positif terhadap penjualan adalah radio, kemudian diikuti oleh surat kabar, sedangkan untuk sasaran promosi yang paling berpengaruh positif adalah penjualan keperluan anak, lalu diikuti oleh keperluan wanita dan yang terakhir adalah keperluan keluarga/umum. Untuk jenis kegiatan promosi, yang pengaruhnya paling positif terhadap penjualan adalah demo, kemudian sale, diikuti oleh kontes, dan yang paling terakhir adalah pemberian hadiah. Karena metode penetapan anggaran promosi yang digunakan Matahari pada saat ini berdasarkan presentasi penjualan bersifat statis, ada baiknya jika dipertimbangkan penggunaan metode anggaran marginal (objective-task method) yang memperhitungkan bagaimana tanggapan dinamis terhadap berbagai tingkat dan bauran promosi yang berbeda.