

ABSTRAK

Nama : Grace Tania
Program Studi : Ilmu Ekonomi
Judul : Efektivitas Promosi dalam dua Perusahaan (Indosat dan Telkomsel) pada Industri Telekomunikasi Seluler

Secara garis besar, skripsi ini membahas mengenai efektivitas promosi (biaya iklan) dalam dua perusahaan (Indosat dan Telkomsel) pada Industri Telekomunikasi Seluler. Pengaruh promosi merupakan bukti nyata dari persaingan dan dengan mengetahui efektivitas promosi maka dengan sendirinya akan diketahui juga persaingan diantara kedua perusahaan ini. Efektivitasnya akan dilihat menggunakan profitabilitas sebagai proksi dari kinerja perusahaan karena profitabilitas merupakan ukuran dari kinerja operasional perusahaan.

Selain promosi yang menggunakan proksi biaya iklan untuk mengetahui efektivitas perusahaan digunakan juga faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan. Oleh sebab itu penulis juga memasukkan beberapa variabel yang diduga turut mempengaruhi profitabilitas, yaitu biaya gaji (salary), aktiva tetap dan usia perusahaan. Penelitian ini memfokuskan penelitiannya pada dua perusahaan terbesar pada industri telekomunikasi yakni Indosat dan Telkomsel. Untuk melihat pengaruh promosi (biaya iklan), biaya gaji (salary), aktiva tetap dan usia perusahaan, terhadap profitabilitas perusahaan-perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2000-2005

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa terdapat hubungan positif antara variabel biaya iklan (advert) dengan kinerja perusahaan (ROA, Rev/Aset dan NPM). Sementara hubungannya dengan variabel lain berbeda-beda, hal ini bergantung dari variabel dependen (kinerja perusahaan). Kesimpulan lainnya adalah biaya iklan mungkin bukan merupakan variabel terbaik untuk menggambarkan persaingan yang terjadi pada industri telekomunikasi seluler, tetapi cukup dapat memberi gambaran persaingan yang terjadi pada industri telekomunikasi seluler. Dari hasil penelitian maka dapat terlihat adanya persaingan antara Indosat dan Telkomsel di dalam industri walaupun tidak terlalu jelas tergambarkan pada penelitian kali ini. Pada akhirnya biaya iklan cukup efektif menggambarkan persaingan di Indosat dan Telkomsel pada industri telekomunikasi seluler.

Kata Kunci:

Promosi (periklanan), Kinerja Perusahaan (probabilitas), Perusahaan Indosat dan Telkomsel, Industri Telekomunikasi Seluler

ABSTRACT

Name : Grace Tania
Study Program : Economics
Title : Effectiveness of Advertising between two Firm (Indosat and Telkomsel) in Telecommunication Cellular Industry

Marginally, this scripts study to regarding promotion effectiveness (advertising expense) between two company (Telkomsel and Indosat) in Telecommunication Cellular Industry. Influence Promotion represent real evidence from emulation and given the promotion effectiveness hence by itself will know also emulation both of this company. Effectiveness will be seen to use profitability as proxy from company performance because profitability represents size measure from company operational performance.

Besides promotion using advertising expense proxy to know company effectiveness used also other factors able to influence company profitability. On that variable, writer include some anticipated variable partake to influence profitability, that is salary expense (salary), fixed asset and company age. This research focused its research between two biggest company in Telecommunication Cellular Industry namely Indosat and Telkomsel. To see promotion influence (advertising expense), salary expense (salary), fixed asset and company age, is noted by company profitability in Indonesia Stock Exchange (BEI) in the year 2000-2005.

Conclusion from this research, there is a positive relation among advertising expense variable (advert) with company performance (ROA, Rev/Aset and NPM). While the relation with other variable different each other, this matter hinge from dependent variable (company performance). Other conclusion is advertising expense possible not such a best variable to depict emulation that happened at Telecommunication Cellular Industry, but enough can give emulation picture that happened at Telecommunication Cellular Industry. From result of research hence earning seen the existence of emulation between Indosat and Telkomsel in industry although do not too clear depicted in this research. In the end effective to advertising expense enough depict emulation in Indosat and Telkomsel at Telecommunication Cellular Industry

Keyword:

Promotion (advertisement), Performance Company (probability), Indosat and Telkomsel Company, Telecommunication Cellular Industry