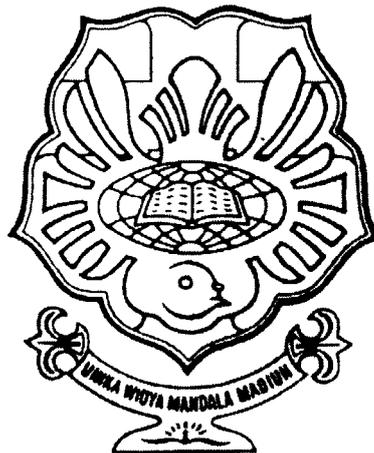


**DAMPAK BAURAN PROMOSI
TERHADAP JUMLAH PENERIMAAN SISWA
(STUDI KASUS PADA LPKBM MADCOMS MADIUN)**

S K R I P S I



Oleh :

**RAHMAD WIDIYANTO
NO. MHS. : 51495003**

Mgh 0104

Kecamatan	041
Tanggal Terbit	7 Maret 2003
Judul	Manajemen
No. Buku	2002 / Rahm / Wid / 03
Copy ke	
Selamat / dian	12 Maret 2003

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA MANDALA MADIUN
2002**

HALAMAN PERSETUJUAN

Telah disetujui dan diterima baik oleh pembimbing skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Widya Mandala Madiun, guna melengkapi sebagian tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

Madiun, Nopember 2002

Disetujui dan Diterima Baik oleh :

Pembimbing II,



Veronika Agustini, S.M., S.E.

Pembimbing I,



Drs. A. Doedyk Setiyawan, M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Widya Mandala
Madiun



Drs. A. Doedyk Setiyawan, M.M.

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi
Madiun



Veronika Agustini, S.M., S.E.

HALAMAN PENGESAHAN

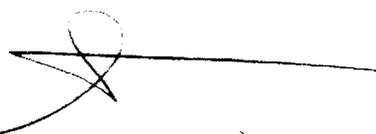
Telah diuji dan diterima baik oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Widya Mandala Madiun.

Madiun, Nopember 2002

Tim Penguji Skripsi

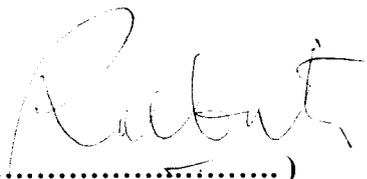
1. Drs. A. Doedyk Setiyawan, M.M.

Ketua

(
.....)

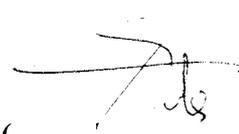
2. Drs. Tri Rubianto, M.M., M.Si.

Anggota

(
.....)

3. Dra. Dyah Kurniawati

Anggota

(
.....)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- MOTTO -

Datang Memberi Ketenangan
Berjuang Memberi Kemenangan
Pergi Memberi Kenangan

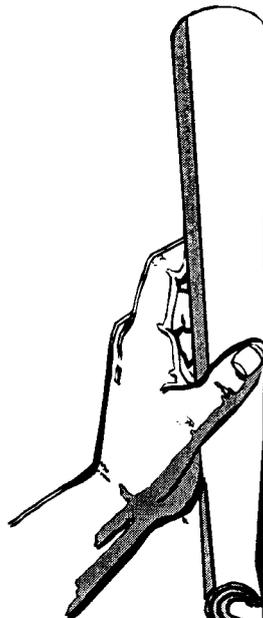


Jangan Terlana Nikmat Duniawi
Ingat, Nikmat Akhirat Kekal Adanya
Berdoa + Berusaha = Kunci Utama



- PERSEMBAHAN -

1. Allah SWT yang telah memberikan kehidupan. Syukur atas rahmat, hidayah, dan karunia yang Engkau beri.
2. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu memberiku kekuatan serta dorongan semangat hidup dan juang.
3. Kakak dan adikku tercinta.



ABSTRAKSI

Penelitian ini memberikan gambaran mengenai pemilihan strategi pemasaran (bauran promosi) yang tepat yang berpengaruh langsung terhadap jumlah penerimaan siswa pada LPKBM MADCOMS Madiun. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui komponen-komponen bauran promosi yang berpengaruh kuat terhadap jumlah penerimaan siswa, serta yang tepat digunakan oleh LPKBM MADCOMS Madiun dalam usaha untuk menjangkau pasar sasarnya.

Adapun alat analisis yang digunakan pada penelitian ini berupa analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan interview. Berdasarkan penelitian terhadap bauran promosi yang diterapkan oleh LPKBM MADCOMS Madiun diketahui bahwa terdapat penentuan bauran promosi yang dinilai kurang tepat. Hal ini dapat dilihat dari terjadinya penurunan jumlah penerimaan siswa pada tahun 2001. Penyebab lainnya adalah aspek persaingan dan kebijakan perusahaan dalam menurunkan biaya dan mengurangi ragam bauran promosi pada tahun 2001.

Analisis diagram lingkaran yang digunakan sebagai alat interpretasi data bauran promosi memberikan hasil bahwa bauran promosi untuk tahun 1997 – 2001 dengan menggunakan brosur memberikan kontribusi terbesar terhadap perolehan jumlah siswa dengan prosentase rata-rata 75.71%, dan secara berurutan diikuti oleh media radio 21.09% dan media pameran 3.21%. Media promosi brosur merupakan cara yang paling efisien, karena dengan biaya promosi rata-rata sebesar 41.53% (dari rata-rata total anggaran promosi) mampu memberikan kontribusi dalam perolehan jumlah siswa sebesar 75.21%. Sebaliknya, media promosi radio dinilai kurang efisien, karena dengan biaya promosi rata-rata 42.80% (dari rata-rata total anggaran promosi) hanya mampu menyumbangkan perolehan jumlah siswa sebesar 21.09%. Kesimpulan yang dapat ditarik dari alat analisis ini adalah bahwa kontribusi bauran promosi terhadap jumlah perolehan siswa bersifat inelastis, sehingga perusahaan perlu untuk mengkaji ulang kegiatan bauran promosi yang telah digunakan berikut anggaran yang akan digunakannya, dengan cara : mempertahankan atau meningkatkan kegiatan promosi melalui media brosur, mengurangi kegiatan promosi melalui media radio, dan mengabaikan kegiatan promosi melalui media pameran.

Analisis regresi linier ganda digunakan untuk menganalisa hubungan antara variabel terikat yaitu jumlah penerimaan siswa dengan beberapa variabel bebas yaitu bauran promosi. Hasil analisis program statistik SPSS dengan taraf signifikansi 5% diperoleh kesimpulan sebagai berikut : nilai t hitung media promosi brosur (x_1) sebesar $7.403 > t$ tabel 3.182 , maka hipotesis menolak H_0 , dengan kata lain media promosi brosur (x_1) berpengaruh terhadap jumlah penerimaan siswa (y). Nilai t hitung media promosi radio (x_2) sebesar $6.557 > t$ tabel 3.182 , maka hipotesis menolak H_0 , dengan kata lain media promosi radio (x_2) berpengaruh terhadap jumlah penerimaan

siswa (y). Nilai t hitung media promosi pameran (x_3) sebesar $-4.253 < t$ tabel 3.182, maka tidak menolak H_0 , dengan kata lain media promosi pameran (x_3) tidak berpengaruh terhadap jumlah penerimaan siswa (y) sehingga media promosi pameran dapat diabaikan.

Hasil analisis dengan program SPSS dan taraf signifikansi sebesar 5%, diperoleh nilai F_0 37.843 $>$ F tabel 10.13, maka H_0 ditolak atau terdapat hubungan secara linier antara brosur, radio dan pameran dengan jumlah penerimaan siswa. Selain itu, diketahui nilai VIF media brosur sebesar 6.908 sehingga efek multikolinieritas bukan merupakan permasalahan yang berarti karena nilai VIF $<$ 10, nilai VIF media radio sebesar 5.370 sehingga efek multikolinieritas bukan merupakan permasalahan yang berarti karena nilai VIF $<$ 10, dan nilai VIF media pameran sebesar 8.620 sehingga efek multikolinieritas mendekati permasalahan yang cukup berarti karena nilai VIF mendekati nilai 10.

Analisis SWOT dalam penulisan skripsi ini bersifat sebagai alat analisis pendukung untuk memberikan hasil penelitian yang akurat. Kesimpulan yang dapat ditarik dari analisis SWOT bahwa untuk menghadapi persaingan yang kian ketat, perusahaan perlu untuk mengambil langkah membuka program pendidikan baru yang disesuaikan dengan kebutuhan dunia kerja, mengambil langkah kerjasama dengan dunia pendidikan formal dalam bentuk kegiatan ekstra kurikuler, perusahaan perlu untuk lebih memberdayakan sumber daya manusia yang ada dengan membuka jenis usaha baru, perusahaan perlu melakukan bentuk kerjasama dengan pihak lain dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran, serta mengabaikan media promosi / pemasaran yang dinilai kurang efektif dan efisien, perusahaan perlu melakukan kontrol terhadap setiap pengeluaran kegiatan operasional perusahaan dan menutup program pendidikan / jenis usaha yang dinilai kurang produktif.

KATA PENGANTAR

"Tak Selamanya Mendung Itu Kelabu. Nyatanya Hari Ini Kulihat Begitu
Ceria. Hutan Dan Rimba Turut Bernyanyi Juga. Membuat
Hari Ini Berseri Dunia Penuh Damai"

(Kidung – Chrisye)

Kutipan syair lagu di atas merupakan cerminan suasana hati penulis yang telah berhasil menyelesaikan penyusunan skripsi ini, segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya.

Skripsi ini merupakan prasyarat penulis dalam menempuh ujian untuk mendapatkan gelar kesarjanaan tingkat Sarjana Strata Satu (S1) sesuai dengan kurikulum yang telah ditetapkan pada Program Studi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Mandala Madiun.

Penulisan skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik dan lancar tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ayah dan Ibu yang senantiasa memberikan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Bapak Rm. Drs. Yustisianto, Pr. Lic. Phil., selaku Rektor Universitas Widya Mandala Madiun.

3. Bapak Drs. A. Doedyk Setiyawan, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Mandala Madiun, dan selaku Pembimbing I yang telah banyak memberikan masukan kepada penulis.
4. Ibu Veronika Agustini, S.M., S.E., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Widya Mandala Madiun, dan selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan sumbangan pikiran kepada penulis.
5. Bapak Handoko Budisetyo, selaku Direktur LPKBM MADCOMS Madiun yang telah memberikan ijin penelitian, memberikan semangat dan motivasi.
6. Kakak dan adikku yang telah memberikan inspirasi tentang arti kehidupan sehingga penulis lebih bersemangat dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Irmawati, Bramastya dan teman-teman seperjuangan yang telah banyak memberikan kenangan manis selama penulis duduk di bangku perkuliahan.

Di dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa isi dari penulisan ini masih banyak kekurangannya. Hal ini karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang ada pada penulis, namun demikian penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun.

Madiun, Nopember 2002

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Batasan Masalah	4
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1. Tujuan Penelitian	5
2. Manfaat Penelitian	5
E. Kerangka Pemikiran	7

F. Metodologi Penelitian	8
1. Ruang Lingkup Penelitian	8
2. Jenis Data	8
3. Sumber Data	9
4. Teknik Pengumpulan Data	9
5. Teknik Analisis Data	10
G. Sistematika Penulisan Laporan Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
A. Pengertian Pemasaran	15
B. Konsep Pemasaran	17
C. Pengertian Jasa	20
1. Tidak Berwujud	21
2. Tidak Dapat Dipisahkan	22
3. Berubah-ubah	22
4. Daya Tahan.....	23
D. Pengertian Bauran Pemasaran	24
1. Produk (Product)	25
2. Harga (Price)	25
3. Distribusi (Place).....	26
4. Promosi (Promotion).....	26
E. Pengertian Bauran Promosi (Promotion Mix).....	27

F. Periklanan.....	30
1. Pengertian Periklanan.....	30
2. Tujuan Periklanan.....	31
3. Fungsi Periklanan.....	31
4. Jenis-jenis Periklanan.....	32
5. Media-media Periklanan.....	33
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	35
A. Sejarah Singkat Perusahaan	35
B. Lokasi Perusahaan.....	37
C. Badan Hukum Perusahaan.....	38
D. Struktur Organisasi.....	39
E. Aspek Pemasaran	53
1. Tempat (Place)	53
2. Produk (Product)	54
3. Harga (Price)	55
4. Promosi (Promotion).....	56
5. Hubungan Masyarakat (Public Relation).....	57
F. Aspek Persaingan	58
G. Aspek Personalia	60
1. Jumlah Tenaga Kerja.....	60
2. Jam Kerja.....	60
3. Sistem Pengupahan dan Penggajian.....	61
H. Data Kegiatan Bauran Promosi	62

BAB IV	ANALISIS DATA	66
	A. Tujuan Perusahaan.....	66
	1. Tujuan Jangka Pendek.....	66
	2. Tujuan Jangka Panjang.....	68
	B. Masalah yang Dihadapi LPKBM MADCOMS Madiun	68
	C. Sebab-sebab Masalah	71
	D. Akibat Masalah.....	75
	E. Analisis Diagram Lingkaran.....	75
	F. Analisis Regresi Linier Ganda.....	84
	G. Analisis SWOT.....	89
	1. Analisis Lingkungan Eksternal	91
	2. Analisis Lingkungan Internal	95
	3. Analisis Matrik SWOT.....	99
BAB V	KESIMPULAN	103
	A. Kesimpulan	103
	B. Saran-saran	108

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1. Kerangka Pemikiran	7
Gambar III.1. Struktur Organisasi LPKBM MADCOMS Madiun.....	41
Gambar IV.1. Diagram Bauran Promosi Terhadap Jumlah Penerimaan Siswa ...	77
Gambar IV.2. Diagram Alokasi Biaya Bauran Promosi	79
Gambar IV.3. Kerangka Analisis SWOT	90

DAFTAR TABEL

Tabel III.1.	Jasa Pendidikan LPKBM MADCOMS Madiun.....	55
Tabel III.2.	Bauran Promosi Perusahaan Tahun 1997-2001	62
Tabel III.3.	Biaya Bauran Promosi Perusahaan Tahun 1997-2001	63
Tabel III.4.	Target Jumlah Penerimaan Siswa Tahun 1997-2001	64
Tabel III.5.	Realisasi Jumlah Penerimaan Siswa Tahun 1997-2001	65
Tabel IV.1.	Target Jumlah Penerimaan Siswa Tahun 1997-2001	69
Tabel IV.2.	Realisasi Jumlah Penerimaan Siswa Tahun 1997-2001	70
Tabel IV.3.	Bauran Promosi Perusahaan Tahun 1997-2001	73
Tabel IV.4.	Biaya Bauran Promosi Perusahaan Tahun 1997-2001	73
Tabel IV.5.	Bauran Promosi Terhadap Perolehan Siswa Tahun 1997-2001	74
Tabel IV.6.	Biaya Bauran Promosi Terhadap Perolehan Siswa Tahun 1997- 2001	80
Tabel IV.7.	Bauran Promosi Terhadap Perolehan Siswa Tahun 1997-2001	84
Tabel IV.8.	Analisis Koefisien Regresi Ganda.....	85
Tabel IV.9.	Uji Hipotesis Model Regresi Linier	87
Tabel IV.10.	Uji Hipotesis Multikolinieritas	88
Tabel IV.11.	Profil Lingkungan Eksternal (ETOP).....	94
Tabel IV.12.	Profil Lingkungan Internal (SAP)	98
Tabel IV.13.	Matrik SWOT.....	100

DAFTAR LAMPIRAN

- Hasil Analisa Data dengan program komputer SPSS.
- Surat Keterangan Penelitian dari LPKBM MADCOMS Madiun.