

**ANALISIS EFEKTIVITAS BIAYA PROMOSI TERHADAP TINGKAT
PENJUALAN
STUDI KASUS PADA BILIK KAYU HERITAGE RESTO**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Akuntansi

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :

Stanislaus Kostka Herjuna Mahendra Giwangkara

NPM : 14 04 21457

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2019

Skripsi

**ANALISIS EFEKTIVITAS BIAYA PROMOSI TERHADAP TINGKAT
PENJUALAN STUDI KASUS PADA BILIK KAYU HERITAGE RESTO**

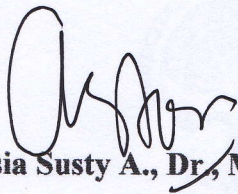
Disusun oleh :

Stanislaus Kostka Herjuna Mahendra Giwangkara

NPM : 14 04 21457

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing



Anastasia Susty A., Dr., M.Si., Akt., CA.

Tanggal 6 Desember 2019

SKRIPSI

**ANALISIS EFEKTIVITAS BIAYA PROMOSI TERHADAP TINGKAT
PENJUALAN STUDI KASUS PADA BILIK KAYU HERITAGE RESTO**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

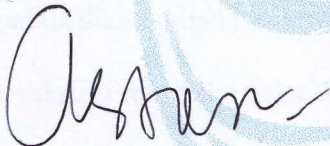
Stanislaus Kostka Herjuna Mahendra Giwangkara
NPM : 14 04 21457

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 09 Januari 2020
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Akuntansi
(S1) Program Studi Akuntansi

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji



Dr. Anastasia Susty A., M.Si., Akt., CA.



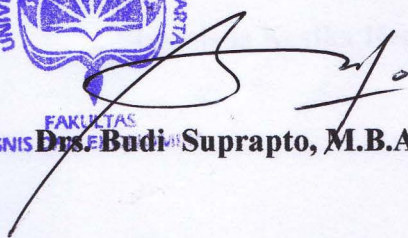
Dr. HY. Sri Widodo, MM. Akt., CA.



Endang Raino W., SE., M. Si

Yogyakarta, 09 Januari 2020
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



**FAKULTAS
BISNIS**  **Dr. Budi Suprpto, M.B.A., Ph.D.**

PERNYATAAN

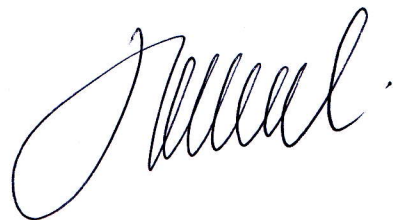
Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

ANALISIS EFEKTIVITAS BIAYA PROMOSI TERHADAP TINGKAT PENJUALAN STUDI KASUS PADA BILIK KAYU HERITAGE RESTO

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Yogyakarta, 6 Desember 2019

yang menyatakan



Stanislaus Kostka Herjuna Mahendra Giwangkara

Kata Pengantar

Puji Syukur senantiasa panulis haturkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus, karena dengan rahmat, karunia, serta berkat dan bimbingan-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi ini. Tugas akhir yang menjadi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta, oleh penulis ditulis dengan judul “Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Pada Bilik Kayu Heritage Resto”.

Dengan sepenuh hati penulis juga menyadari bahwa dapat terselesaikannya tugas akhir ini tidak luput dari bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Didasari oleh hal tersebut, dengan sepenuh hati penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih yang sangat dalam atas terselesaikannya tugas akhir berupa skripsi ini, yaitu kepada:

1. Allah Bapa Yang Maha Kuasa, Tuhan Yesus Kristus, Bunda Maria, dan Santo Yosep yang selalu memberikan curahan cinta dan berkat karunia kepada penulis, sehingga proses penyelesaian tugas akhir ini dapat dilaksanakan dengan kondisi yang selalu sehat secara jasmani maupun rohani, serta segala kemudahan dan penghiburan yang diterima oleh penulis.
2. Anastasia Susty A., Dr., M.Si., Akt., CA. selaku dosen pembimbing yang selalu sabra dan tulus dalam memberikan bimbingan, ilmu serta

pengetahuan, serta motivasi sehingga dapat meningkatkan semangat penulis dalam menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi ini sampai akhir.

3. Keluarga dan orang tua penulis yang tercinta, yaitu Fransiscus Xaverius Herdijanto dan Yosepine Setianingsih Budiyati, yang selalu mendoakan dan memberikan segala dukungan berupa materi maupun moril, cinta kasih dan kesabaran serta bimbingan dan rasa sayang yang luar biasa tak terbatas, yang membuat penulis menjadi sangat semangat untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
4. Seluruh pegawai Bilik Kayu Heritage Resto yang terkait dalam penelitian ini, yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan riset dan bersedia untuk memberikan data yang dimiliki oleh pihak perusahaan.
5. Seluruh pegawai Universitas Atma Jaya Yogyakarta terutama Fakultas Bisnis dan Ekonomika yang sudah membantu baik langsung maupun tidak langsung terhadap penyelesaian tugas akhir skripsi ini.
6. Teman-teman yang hingga saat skripsi ini ditulis masih berjuang bersama dan saling membantu satu sama lain yaitu Stefan, Elci, Evan, Fajar, dan Dani, yang juga memberikan ide serta kesediaan waktu untuk bisa mengerjakan bersama dan saling tukar pikiran.
7. Teman-teman grup Bukan Selo Crew yaitu Kukuh, Ella, Kumala, Dewi, Risma, Bryan, dan Andre yang selalu memberikan hiburan serta mengingatkan untuk segera menyelesaikan skripsi.
8. Teman-teman yang selalu pergi tanpa rencana hingga larut malam Vivi, Angel, Sony, Eljo, Wambo, Gading, Watimena, Adas, Anthony, yang juga

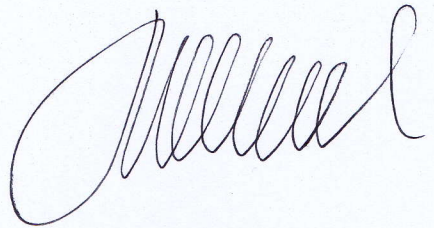
membantu dalam memberikan saran dan semangat untuk penulis agar cepat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi.

9. Semua pihak yang belum atau tidak saya sebutkan satu persatu namanya yang telah mendukung saya dalam hal semangat, materi, serta ide dalam menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi.

Akhir kata, dilandasi oleh kesadaran penulis bahwa tugas akhir yang berupa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dengan rendah hati dan bersungguh-sungguh diharapkan kritik dan saran konstruktif dari berbagai pihak. Penulis hanya dapat berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak, terutama untuk Bilik Kayu Heritage Resto.

Yogyakarta, 6 Desember 2019

Penulis



Stanislaus Kostka Herjuna Mahendra Giwangkara

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
MOTO DAN PERSEMBAHAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Metode Penelitian	4
1.6.1 Jenis Penelitian	4
1.6.2 Objek Penelitian	4
1.6.3 Data Penelitian.....	5
1.6.4 Metode Pengumpulan Data	5
1.6.5 Metode Analisis Data.....	5

1.7 Sistematika Penulisan	6
---------------------------------	---

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Biaya	8
2.1.1 Pengertian Biaya	8
2.1.2 Penggolongan Biaya.....	9
2.2 Promosi.....	11
2.2.1 Pengertian Promosi	11
2.2.2 Strategi Promosi.....	12
2.2.3 Fungsi Strategi Pemasaran.....	12
2.2.4 Tujuan Promosi.....	13
2.2.5 Bentuk-bentuk Promosi.....	14
2.2.6 Biaya Pemasaran	16
2.3 Penjualan	18
2.3.1 Pengertian Penjualan	18
2.3.2 Konsep Penjualan.....	18
2.3.3 Volume Penjualan	19
2.3.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan.....	20
2.4 Pengaruh Promosi Terhadap Penjualan	21
2.5 Teknik Analisis Data.....	21
2.5.1 Regresi Linear Sederhana	22
2.5.2 Koefisien Determinasi	24
2.5.3 Pengujian Hipotesis Penelitian	24

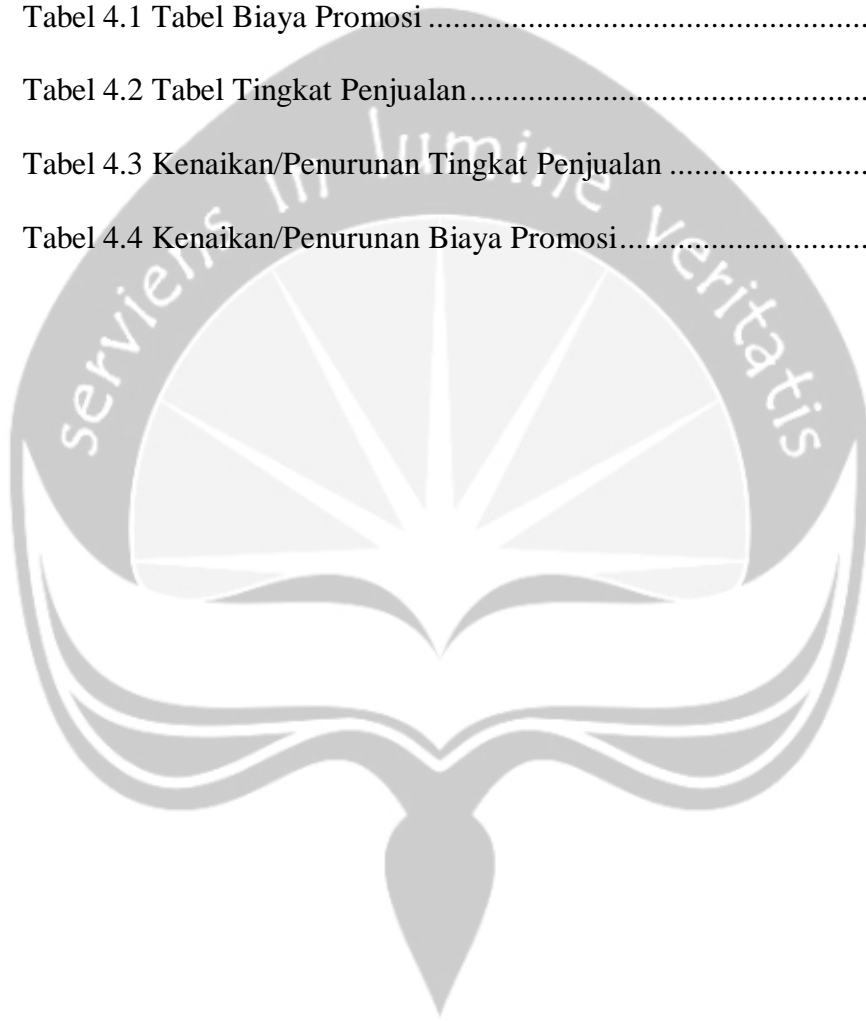
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Perusahaan	28
3.1.1 Daftar Produk Bilik Kayu	30
3.2 Struktur Organisasi	31
3.3 Personalia Perusahaan	35
3.3.1 Jumlah Karyawan	35
3.3.2 Sistem Penggajian	36
3.4 Sistem Promosi	36
3.5 Identifikasi Masalah	39
3.6 Rencana Penyelesaian Masalah	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Data Perusahaan	42
4.2 Pembahasan	44
4.2.1 Regresi Linear Sederhana	47
4.2.2 Pengujian Hipotesis Penelitian	49
4.2.3 Koefisien Determinasi	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Daftar Tabel

Tabel 2.1 Tabel t Distribusi.....	27
Tabel 4.1 Tabel Biaya Promosi	42
Tabel 4.2 Tabel Tingkat Penjualan.....	44
Tabel 4.3 Kenaikan/Penurunan Tingkat Penjualan	45
Tabel 4.4 Kenaikan/Penurunan Biaya Promosi.....	46



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“SELESAIKANLAH APA YANG SUDAH KAMU MULAI”



**SKRIPSI INI DIPERSEMBAHKAN PENULIS UNTUK:
KELUARGA TERCINTA DAN APRESIASI DIRI**

**ANALISIS EFEKTIVITAS BIAYA PROMOSI TERHADAP TINGKAT
PENJUALAN
STUDI KASUS PADA BILIK KAYU HERITAGE RESTO**

**Stanislaus Kostka Herjuna Mahendra Giwangkara
NPM : 10 04 21457**

Pembimbing

Anastasia Susty A., Dr., M.Si., Akt., CA
Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jalan Babarsari 43-44, Yogyakarta

Abstrak

Biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan akan memiliki pengaruh dalam penghitungan laba kotor yang akan diterima. Selain biaya promosi, tingkat penjualan merupakan faktor dependen dalam penghitungan laba kotor. Dalam teori dasar ekonomi, biaya promosi harus memiliki tingkat efektivitas yang positif terhadap penjualan agar nantinya perusahaan dapat bersaing dengan yang lainnya. Restoran adalah salah satu dari sekian banyak usaha yang diminati di Yogyakarta. Bilik Kayu Heritage Resto, perusahaan yang berdiri di bidang kuliner yaitu restoran ini, selama 3 tahun berdiri belum pernah melakukan analisis untuk mengetahui efektivitas biaya promosi yang dikeluarkan terhadap penjualan yang didapatkan. Hal ini yang membuat penulis tertarik untuk mencari tahu apakah biaya promosi sudah efektif terhadap tingkat penjualan yang terjadi di perusahaan selama 3 tahun ini.

Dengan menggunakan metode observasi dan wawancara, penulis berupaya untuk mengumpulkan data sebaik mungkin. Data kuantitatif yang berupa biaya promosi (X) dan tingkat penjualan (Y) dari tahun 2016 sampai 2018 tersebut akan diuji dengan menggunakan metode regresi linear sederhana dengan bantuan program aplikasi komputer yaitu SPSS. Sebelum menguji regresinya, penulis terlebih dahulu memiliki hipotesis yaitu berupa H_0 : Tidak ada pengaruh signifikan antara biaya promosi (X) dengan tingkat penjualan (Y) dan H_a : Ada pengaruh signifikan antara biaya promosi (X) dengan tingkat penjualan (Y).

Dari hasil pengujian data, diperoleh bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa ada pengaruh signifikan antara biaya promosi (X) dengan tingkat penjualan (Y), dan diperoleh juga hasil regresinya yaitu $Y = -5.659.400,296 + 5,742X$. Dengan demikian bisa dikatakan bahwa Rp -5.659.400,296 adalah tingkat penjualan yang terjadi jika biaya promosi bernilai 0 (nol), dan Rp 5,742 adalah kenaikan tingkat penjualan setiap 1 (satu) rupiah biaya promosi yang dikeluarkan.

Kata Kunci : Biaya promosi, tingkat penjualan, regresi linear sederhana.