



**PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN INSENTIVE  
PENJUALAN TERHADAP PENJUALAN TELEPON  
POTS (PLAIN OLD TELEPHONY SERVICE)**

**PT. TELKOM SERANG**

**KARYA AKHIR**

Oleh

**MUHAMAD**

**5510412-072**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
2007**



**PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN INSENTIVE  
PENJUALAN TERHADAP PENJUALAN TELEPON  
POTS (PLAIN OLD TELEPHONY SERVICE)  
PT. TELKOM SERANG**

**KARYA AKHIR**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program  
Pascasarjana Program Magister Manajemen**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**Oleh  
MUHAMAD**

**5510412-072**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
2007**

## PENGESAHAN TESIS

Judul : **Pengaruh Biaya Promosi dan Insentive Penjualan Terhadap Penjualan Telepon POTS (Plain Old Telephony Service) PT. Telkom Serang**

Nama : Muhamad

N I M : 5510412-072

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : September 2007

**Mengesahkan**

**Ketua Program Studi Magister Manajemen**

**DR. Ir. Mustika S. Purwanegara, M.Sc.**

UNIVERSITAS

**Pembimbing Utama**

**Pembimbing II**

**DR. Anik Tri Suwarni, MM**

----

## ABSTRAK

Laporan akhir berjudul Pengaruh Biaya Promosi dan Insentive Penjualan Terhadap Penjualan Telepon POTS (Plain Old Telephony Service) pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kantor Cabang Telkom Serang. Menurut penulis pengaruh biaya promosi dan fee penjualan sangat besar terhadap penjualan telepon POTS. Berdasarkan hasil pengamatan biaya promosi dan insentive/fee penjualan sangat mempengaruhi penjualan. Penulis menggunakan metode statistik dengan menggunakan analisis koefisien regresi berganda, koefisien korelasi berganda untuk uji hipotesis.

Hasil analisis uji statistik data pengaruh biaya promosi dan insentive penjualan terhadap penjualan telepon POTS, menunjukkan hubungan yang kuat antara biaya promosi dan insentive penjualan terhadap penjualan. Uji hipotesis menghasilkan persamaan regresi berganda  $Y = -15.080 + 0.969X_1 + 0.407X_2$ . Nilai R square atau korelasi sebesar 0.911 atau 91,1 %, menandakan kuatnya hubungan biaya promosi dan insentive penjualan terhadap volume penjualan. Analisa kemudian dilanjutkan dengan analisis koefisien determinasi berganda yang diperoleh  $R^2$  untuk  $y_{.12} = 0.911$  artinya bahwa dampak biaya promosi dan insentive penjualan dalam meningkatkan penjualan sangat kuat sebesar 9%. Nilai t hitung biaya promosi = 10.969 dan nilai t hitung insentive penjualan = 120.309 lebih besar dari nilai t tabel = 1.743, menunjukkan bahwa biaya promosi dan insentive penjualan sangat signifikan/penting dalam mendukung tingginya penjualan telepon POTS. Dengan demikian  $H_0$  yang menyatakan tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel biaya promosi atau variabel insentif penjualan terhadap penjualan ditolak dan  $H_a$  diterima yang menyatakan ada hubungan yang signifikan antara variabel biaya promosi atau variabel insentif penjualan terhadap penjualan.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRAK

Laporan akhir berjudul Pengaruh Biaya Promosi dan Insentive Penjualan Terhadap Penjualan Telepon POTS (Plain Old Telephony Service) pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Kantor Cabang Telkom Serang. Menurut penulis pengaruh biaya promosi dan fee penjualan sangat besar terhadap penjualan telepon POTS. Berdasarkan hasil pengamatan biaya promosi dan insentive/fee penjualan sangat mempengaruhi penjualan. Penulis menggunakan metode statistik dengan menggunakan analisis koefisien regresi berganda, koefisien korelasi berganda untuk uji hipotesis.

Hasil analisis uji statistik data pengaruh biaya promosi dan insentive penjualan terhadap penjualan telepon POTS, menunjukkan hubungan yang kuat antara biaya promosi dan insentive penjualan terhadap penjualan. Uji hipotesis menghasilkan persamaan regresi berganda  $Y = -15.080 + 0.969X_1 + 0.407X_2$ . Nilai R square atau korelasi sebesar 0.911 atau 91,1 %, menandakan kuatnya hubungan biaya promosi dan insentive penjualan terhadap volume penjualan. Analisa kemudian dilanjutkan dengan analisis koefisien determinasi berganda yang diperoleh  $R^2$  untuk  $y_{.12} = 0.911$  artinya bahwa dampak biaya promosi dan insentive penjualan dalam meningkatkan penjualan sangat kuat sebesar 9%. Nilai t hitung biaya promosi = 10.969 dan nilai t hitung insentive penjualan = 120.309 lebih besar dari nilai t tabel = 1.743, menunjukkan bahwa biaya promosi dan insentive penjualan sangat signifikan/penting dalam mendukung tingginya penjualan telepon POTS. Dengan demikian  $H_0$  yang menyatakan tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel biaya promosi atau variabel insentif penjualan terhadap penjualan ditolak dan  $H_a$  diterima yang menyatakan ada hubungan yang signifikan antara variabel biaya promosi atau variabel insentif penjualan terhadap penjualan.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrokhmanirrokhim

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT, bahwa atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan Tesis ini.

Tesis ini ditulis sebagai salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Magister Management pada Universitas Mercu Buana, dengan judul ” **Pengaruh Biaya Promosi dan Insentive Penjualan Terhadap Penjualan Telepon POTS (Plain Old Telephony Service) PT. Telkom Serang** ”

Pemilihan judul ini didasari atas dasar pertama : dikeluarkannya serangkaian paket deregulasi oleh Pemerintah Republik Indonesia, termasuk deregulasi di sektor telekomunikasi. Hak monopoli telekomunikasi yang dimiliki Telkom berangsur-angsur ditiadakan, iklim kompetisi akan muncul, maka secara bisnis Telkom harus berkompetisi dengan perusahaan-perusahaan swasta lain.

Kedua : Produk tunggal Telkom pada saat monopoli lalu yaitu telepon POTS (Plain Old Telephony Service ) telepon dengan menggunakan jaringan akses kabel, sejak alam kompetisi bergulir banyak kompetitor yang menjadi operator jasa telekomunikasi lain seperti GSM dan CDMA yang berbasis radio atau tanpa kabel, yang merupakan pesaing dari telepon POTS. Ketiga : dengan adanya krisis ekonomi dan moneter yang melanda Indonesia, sehingga banyak pengguna telekomunikasi yang mengalami penurunan dalam menggunakan fasilitas telkom.

Keempat : PT. TELKOM selaku pengelola jasa telekomunikasi untuk umum

dalam negeri selalu berusaha untuk mengembangkan dan mengusahakan kelancaran hubungan-hubungan dalam masyarakat untuk menunjang pembangunan nasional. Sejalan dengan pesatnya perkembangan dan pertumbuhan ekonomi saat ini, tuntutan pelayanan jasa telekomunikasi semakin meningkat pula, sehingga PT. TELKOM harus mampu melayani kebutuhan masyarakat dengan meningkatkan pelayanannya.

Penulis menyadari, bahwa dalam penulisan maupun pembahasannya masih sangat sederhana karena keterbatasan kemampuan dan pengalaman penulis, namun berkat adanya bantuan, dorongan dan bimbingan dari berbagai pihak, pada akhirnya penulis dapat menyusun Tesis ini.

Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Ir. Suharyadi, MS, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Ir. Dana Santoso, M.Eng.Sc., Ph.D., selaku Direktur Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana yang telah memberikan motivasi dalam penulisan ini.
3. Ibu Dr. Anik Tri Suwarni, MM., selaku Pembimbing Utama yang telah membimbing penulis sehingga selesainya penulisan Tesis ini.
4. Bapak Agung Murdowo, MM., selaku Kepala Kantor Cabang Telkom Serang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti Program Magister Manajemen ini.

5. Bapak Rahmatsyah, SE., selaku Kepala Dinas Pelayanan Telkom Serang yang telah memberikan data-data yang dibutuhkan dalam penulisan Tesis ini.
6. Bapak Eman Suhaeman, SH., selaku Kepala Bagian Administrasi Telkom Serang yang telah memberikan data-data yang dibutuhkan dalam penulisan Tesis ini.
7. Kakak-kakakku selaku Wali dari kedua orangtuaku yang sudah Almarhum, yang selalu mendorong penulis untuk selalu menuntut ilmu.
8. Rekan-rekan mahasiswa Program Magister Management Universitas Mercu Buana kelas Meruya yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu namanya.

Akhirnya, semoga amal baik dan bantuan serta dorongan yang telah diberikan kepada Penulis, akan mendapatkan limpahan karunia dan imbalan yang setimpal dari Allah SWT.

Segala tegur sapa, kritik dan saran akan penulis terima dengan segala senang hati. Penulis berharap semoga Allah SWT meridhoi penyusunan Tesis ini dan mudah-mudahan bisa bermanfaat bagi diri penulis sendiri maupun bagi pembacanya. Amin.

Jakarta, Juni 2007

Penulis



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b>	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	ii
<b>ABSTRAKSI</b>	iii
<b>KATA PENGANTAR</b>	iv
<b>DAFTAR ISI</b>	v
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	vi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah.....	4
1.3 Perumusan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Kegunaan Penelitian.....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Pengertian Pemasaran.....	6
2.2 Pengertian Biaya.....	9
2.3 Pengertian Promosi.....	12

2.4 Kerangka Pemikiran.....	14
2.5 Hipotesis .....	16

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Lokasi Penelitian .....	17
3.2 Variabel Penelitian.....	17
3.3 Prosedur Pengumpulan data.....	19
3.4 Metode Analisa Data.....	20

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian .....	30
4.2 Pembahasan .....	53

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran – saran .....	58

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN - LAMPIRAN**

### **BIOGRAFI**



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## IJIN PENGGANDAAN DAN HARD COVER

Berdasarkan hasil konsultasi dan pemeriksaan akhir dengan memperhatikan butir-butir Berita Acara Ujian Sidang Tesis, maka kami Komisi Dosen Pembimbing mengijinkan tesis mahasiswa yang bersangkutan sudah layak untuk :

- DIGANDAKAN ( sebanyak 5 eksemplar )
- DI HARD COVER ( sesuai standar contoh )

Dengan catatan

.....

.....

.....

UNIVERSITAS  
Jakarta, \_\_\_\_\_  
**Komisi Dosen Pembimbing**  
MERCU BUANA

Pembimbing Utama

Pembimbing II

**DR. Anik Tri Suwarni, MM**  
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Dosen Penguji**  
\_\_\_\_\_



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA