

ABSTRAK

PENERAPAN POTONGAN HARGA TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK SELAMAT DALAM SATU PERIODE PROGRAM PT BORWITA CITRA PRIMA

Sebagai dasar strategi pemasaran, maka pengembangan promosi dilakukan untuk berkomunikasi antara perusahaan dan konsumen untuk menciptakan hubungan yang lebih efektif, dengan cara menyampaikan pesan-pesan yang *persuasive* dengan berbagai cara. Peningkatan promosi pemasaran yang dilakukan perusahaan dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan volume penjualan perusahaan. Salah satu program promosi yang sering dilakukan oleh perusahaan untuk menarik keputusan pembelian yaitu Program Potongan Harga (Diskon) yang merupakan pengurangan dari harga normal, yang dijadikan sebagai alat promosi yang dapat menarik perhatian konsumen untuk mendorong hasrat calon konsumen guna membeli produk yang ditawarkan. Berdasarkan penjelasan di atas, penulis menjelaskan bagaimana peranan potongan terhadap peningkatan penjualan produk selamat dalam satu periode program PT Borwita Citra Prima.

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam menulis laporan ini di peroleh melalui wawancara (berupa pengumpulan data dan informasi dari pihak yang berwenang pada PT Borwita Citra Prima) dan Dokumentasi (beberapa laporan data penjualan) serta observasi (pengamatan selama melaksanakan praktik kerja).

Terkendalanya pada pemberian program potongan harga kepada pelanggan, terdapat program yang kurang menarik diberikan ke pelanggan. Karena menurut pelanggan potongan harga tersebut tidak terlalu signifikan dengan harga yang di berikan sebelum adanya potongan potongan harga. Masih banyak program diskon yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk menarik minat beli konsumen. Oleh karena itu, potongan harga sebagai salah satu aktivitas promosi mempunyai pengaruh yang cukup besar karena mampu meningkatkan penjualan perusahaan secara signifikan.

Kata Kunci : Peranan , Potongan Harga, dan tingkat penjualan

Abstract

APPLICATION OF DISCOUNTS TO INCREASE SALES OF SAFE PRODUCTS IN ONE PERIOD OF PT BORWITA CITRA PRIMA PROGRAM

As the basis of marketing strategy, promotion development is done to communicate between companies and consumers to create more effective relationships, by conveying persuasive messages in various ways. Increased marketing promotions conducted by the company can have an influence on increasing the sales volume of the company. One of the promotional programs that are often done by companies to attract purchasing decisions is the Discount Program which is a reduction from the normal price, which is used as a promotional tool that can attract consumers to encourage the desire of prospective consumers to buy products offered. Based on the explanation above, the author explains how the role of the piece to increase sales of safe products in one period of the program PT Borwita Citra Prima.

Data collection techniques used by the author in writing this report obtained through interviews (in the form of data collection and information from the authorities at PT Borwita Citra Prima) and Documentation (some sales data reports) as well as observations (observations during the implementation of work practices).

Constrained by the provision of discount programs to customers, there are less attractive programs given to customers. Because according to customers the discount is not very significant with the price given before the discount. There are still many discount programs that companies can do to attract consumers' buying interest. Therefore, the discount as one of promsi activities has a considerable influence because it is able to increase the company's sales significantly.

Keywords : Role, Discount, and sales rate