

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Promosi merupakan bagian dari salah satu aspek dari strategi pemasaran yang ada. Melalui promosi, perusahaan dapat dikenal lebih luas dan dijadikan sebagai arus informasi atau mengarahkan individu atau kelompok kepada tindakan yang menciptakan kegiatan pertukaran. Setiap promosi yang dilakukan oleh pihak perusahaan diharapkan mendapatkan respon positif dari para konsumen dengan tujuan agar produk yang ditawarkan dapat dilirik.

Untuk mengembangkan promosi tersebut, tentunya memerlukan suatu pengorbanan biaya yang cukup besar. Perkiraan biaya promosi yang besar diharapkan juga kegiatan promosi akan semakin luas dalam menjangkau konsumen dan dapat mencapai jumlah permintaan yang lebih besar pula, besarnya volume penjualan dipengaruhi oleh faktor promosi, sedangkan besar kecilnya biaya promosi tergantung pada pihak marketing yang melakukannya.

Seiring dengan perkembangan jaman, alat transportasi menjadi salah satu kebutuhan manusia yang menginginkan segala sesuatu serba cepat karena merasa tidak ingin ketinggalan dengan manusia lainnya, dan PT. Astra International, Tbk Cabang Veteran Palembang adalah salah satu perusahaan yang turut berkecimpung dalam bidang transportasi khususnya sepeda motor atau menjual sepeda motor sejak tahun 1971.

PT. Astra International, Tbk Cabang Veteran Palembang merupakan salah satu dealer sepeda motor yang bercabang di kota Palembang, dan bergerak dalam bidang perdagangan alat transportasi (Sepeda Motor) khususnya merk Honda, dan jasa *service* sepeda motor Honda.

PT Astra International, Tbk Cabang Veteran Palembang telah melakukan bentuk-bentuk promosi seperti periklanan, promosi penjualan, *personal selling*, dan publisitas. Banyaknya kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT Astra International, Tbk Cabang Veteran Palembang tentunya tidak terlepas dari anggaran biaya promosi yang telah ditetapkan berdasarkan kebijakan perusahaan. Perusahaan setiap tahunnya menetapkan besarnya biaya promosi dengan harapan

mencapai tujuan penjualan yang telah ditetapkan. Sasaran promosi dapat tercapai apabila perusahaan menganggarkan biaya promosi yang memadai. Perusahaan yang berorientasi pada pasar selalu bermotifkan pencapaian laba yang maksimal dengan mengutamakan kepuasan konsumen dalam mewujudkan tujuan tersebut diperlukan suatu cara yang efisien sehingga kegiatan promosi sangat membantu dalam pencapaian tujuan tersebut

Penurunan volume penjualan pada dua tahun terakhir yaitu tahun 2010-2011, mungkin terjadi karena beberapa faktor, salah satunya penurunan biaya promosi pada tahun yang tidak tercapai volume penjualannya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melihat pentingnya aktifitas promosi serta menuangkannya dalam bentuk Laporan Akhir dengan judul **“HUBUNGAN BIAYA PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN HONDA VARIO PADA PT ASTRA INTERNATIONAL, TBK CABANG VETERAN PALEMBANG”**

1.2 Perumusan Masalah

Setiap perusahaan perlu untuk memasarkan produk yang dijual supaya dapat dikenal oleh masyarakat dengan melalui kegiatan promosi sehingga dapat membantu meningkatkan volume penjualan, berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah **“Bagaimana Hubungan Biaya Promosi terhadap Peningkatan Volume Penjualan Honda Vario pada PT Astra International, Tbk Cabang Veteran Palembang?”**

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Untuk membatasi permasalahan yang akan dibahas dalam laporan akhir ini agar tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan yaitu:

1. Hubungan Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan.
2. Kegiatan-Kegiatan Promosi yang Dilakukan oleh PT Astra International, Tbk Cabang Veteran Palembang, Selama Tahun 2010-2013.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulisan Laporan Akhir ini adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan biaya promosi terhadap peningkatan volume penjualan Honda Vario pada PT Astra International, Tbk Cabang Veteran Palembang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penulisan Laporan Akhir ini adalah:

1. Bagi Penulis

Dapat memberikan pengetahuan mengenai hubungan biaya promosi terhadap peningkatan volume penjualan.

2. Bagi Perusahaan

Setelah melakukan evaluasi, penulis dapat memberikan masukan kepada perusahaan sebagai sumber data baik masukan berupa saran atau pendapat tentang upaya dan peningkatan volume penjualan melalui kegiatan promosi.

3. Bagi Akademik

Sebagai bahan bacaan atau referensi di Perpustakaan Politeknik Negeri Sriwijaya, khususnya di Jurusan Administrasi Bisnis untuk pedoman dalam melakukan penelitian selanjutnya.

4. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian juga berguna bagi masyarakat untuk mengetahui hubungan biaya promosi dalam peningkatan volume penjualan.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penyusunan Laporan Akhir ini, penulis akan melakukan studi kasus pada PT. Astra International, Tbk Cabang Veteran Palembang, yang beralamat di Jalan Veteran Nomor 16A Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Menurut *Sugiyono (2008)*, untuk mendapatkan data dapat dilakukan dengan berbagai cara. Pembagian data menurut cara memperolehnya adalah:

1. Data Primer

“Data primer adalah sumber data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama.” Data dari hasil wawancara langsung dengan pimpinan dan karyawan yang diberi kewenangan untuk memberikan informasi yang diperlukan dalam penulisan Laporan Akhir ini.

2. Data Sekunder

“Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya.” Data ini diperoleh peneliti dari data yang telah diolah dari PT. Astra International, Tbk Cabang Veteran Palembang seperti data biaya promosi, data volume penjualan dan aktivitas-aktivitas promosi yang dilakukan perusahaan.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam rangka memperoleh data yang diperlukan dalam melakukan penelitian, penulis menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Menurut *Yusi dan Idris (2009)*, “Riset lapangan adalah suatu metode pengumpulan data yang mengharuskan peneliti turun langsung ke objek penelitian dan melihat segala kegiatan yang akan diteliti.” Penelitian ini meliputi:

a. Wawancara (*Interview*)

Penulis melakukan tanya jawab lisan dengan manager PT Astra cabang Veteran Palembang secara langsung yang memberikan informasi, mengenai data-data yang berhubungan dengan strategi pemasaran yang diperlukan untuk mengetahui dan mencari solusi, bagaimana mengembangkan strategi promosi yang dibahas dalam Laporan Akhir ini.

2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan, membaca dan mencatat serta mempelajari buku-buku, serta sumber data lainnya yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

1.5.4 Analisa Data

Analisa data yang dilakukan pada pembuatan Laporan Akhir ini menggunakan metode kualitatif dan metode kuantitatif. Menurut *Sugiyono (2008)*, yaitu:

1. Teknik Analisa Kuantitatif

“Data yang berbentuk angka-angka, baik secara langsung digali dari hasil penelitian maupun dari hasil pengolahan data kualitatif menjadi kuantitatif.”. Adapun rumus yang dipakai sebagai berikut:

a. Rumus Koefisien Korelasi Pearson

Menurut *Yusi dan Idris (2010:98)*, “Korelasi Pearson adalah korelasi yang sering digunakan apabila menggunakan data dengan skala interval.”

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{\{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)\}\{(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)\}}}$$

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Tahun

X = Jumlah Biaya Promosi

Y = Jumlah Volume Penjualan

Di samping cara di atas, ada cara lain yang lebih sederhana dan mudah dalam memberi keterangan tentang nilai-nilai r yang diperoleh yaitu menggunakan interpretasi terhadap koefisien korelasi yang diperoleh, atau nilai r. Menurut *Yusi dan Idris (2010:99)*, Interpretasi tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Interpretasi Koefisien Korelasi nilai r

Interpretasi	Keterangan
0,000 sampai dengan 0,199	Sangat rendah
0,200 sampai dengan 0,399	Rendah
0,400 sampai dengan 0,599	Sedang
0,600 sampai dengan 0,700	Tinggi
0.800 sampai dengan 1,000	Sangat tinggi

Sumber: Yusi dan Idris (2010:99)

2. Analisa Kualitatif

“Data yang berbentuk tulisan serta melakukan pembahasan dengan menggunakan penggambaran deskriptif”. Pada pembahasan ini, penulis menggunakan analisa kualitatif deskriptif yaitu uraian dari analisis kuantitatif yang bertujuan menggambarkan aktivitas promosi yang dilakukan PT Astra International Tbk Cabang Veteran Palembang.