

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dewasa ini pemasaran sangat digandrungi oleh beberapa kalangan. Karena pemasaran sebagai salah satu fungsi manajemen bisnis, berasal dari ilmu filosofi bisnis yang menyadari akan pentingnya konsumen, dan menyadari bahwa suatu perusahaan ingin sukses maka dalam kondisi kompetitif keperluan konsumen harus terpenuhi. Karena itu, pilihan dan penerapan strategi pemasaran sebagai hal esensial setiap perusahaan adalah pernyataan yang tak terbantahkan. Sedangkan dalam pemasaran sendiri salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran adalah "Promosi". Karena pentingnya promosi dapat digambarkan lewat perumpamaan bahwa pemasaran tanpa promosi dapat diibaratkan pria berkacamata hitam yang dari tempat gelap pada malam kelam mengedipkan matanya pada seorang gadis cantik di kejauhan. Pada hakikatnya promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran, karena merupakan aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bias menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Strategi promosi yang tepat diterapkan meliputi bauran promosi antara lain periklanan (advertising), promosi penjualan (sales promotion), hubungan masyarakat dan publisitas (public relation), penjualan pribadi (personal selling) serta pemasaran langsung (direct marketing). Penyusunan strategi promosi yang belum diterapkan PT Citra Abadi Indah Cemerlang Palembang dipengaruhi oleh anggaran promosi yang disediakan perusahaan, karakteristik produk, keadaan pasar, karakteristik konsumen, dan bauran pemasaran lainnya. Melalui strategi promosi dan faktor yang mempengaruhinya, diharapkan PT Citra Abadi Indah Cemerlang Palembang dapat menentukan strategi promosi yang tepat bagi produk mobil untuk mencapai tujuan

perusahaan dan sesuai dengan kendala yang dihadapi serta pendukung yang dimiliki perusahaan.

Strategi promosi yang tepat mempertahankan pangsa pasar yang ada dan bahkan mampu meningkatkan pangsa pasar serta memperkuat merek perusahaan dipasar. Bagi perusahaan yang baru, strategi promosi dapat menjadi alat memperkenalkan produk ke dalam pasar sehingga konsumen tertarik untuk melakukan pembelian terhadap produknya. Selain itu, promosi yang dilakukan perusahaan dapat merangsang konsumen untuk menyadari kebutuhan akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Keberhasilan strategi promosi akan menentukan besarnya keuntungan yang diperoleh perusahaan dan posisi produk dibenak konsumen. Oleh karena itu, penelitian mengenai strategi promosi perlu dilakukan di perusahaan yang bergerak dalam industri penjualan mobil.

Berkembangnya industri otomotif dunia tentu sangat berpengaruh bagi bangsa Indonesia, melihat Indonesia merupakan pasar yang cukup potensial hal ini menjadi peluang bagi para pelaku industri otomotif di Indonesia untuk dapat memanfaatkan kesempatan ini. Akan tetapi penurunan daya beli masyarakat akibat krisis ekonomi tentu akan mempengaruhi tingkat penjualan dari mobil.

Maraknya jenis dan kendaraan mobil yang ada dipasaran tentu akan menimbulkan masalah bagi produsen itu sendiri. Untuk menarik minat para konsumen salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan perbaikan sistem pemasaran yang baik salah satu dengan mengadakan promosi. Seringkali dihadapkan pada berbagai masalah, seperti kesulitan didalam meningkatkan volume penjualan.

Sebagai perusahaan Otomotif Dunia, Ford bukanlah pendatang baru di Indonesia. Ford telah hadir di Indonesia sejak 1989, saat itu Ford di Indonesia diwakilkan oleh Indonesia Republic Motor Company (IRMC). PT Ford Motor Indonesia diresmikan pada bulan Juli 2000 sebagai Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) Ford di Indonesia. PT Citra Abadi Indah Cemerlang Palembang sendiri merupakan salah satu cabang anak perusahaan

dari PT Thamrin Brothers. Thamrin Bersaudara pada mulanya merupakan sebuah toko yang bergerak dibidang penjualan sepeda dan sepeda motor berbagai merek, antara lain merek: Mitsubishi, Binter, Honda, Vespa, Yamaha dan sebagainya. Toko tersebut bernama "Toko Singasari", yang berdiri pada tahun 1965.

Dari hasil wawancara yang diberikan dari bagian marketing bahwa didalam memasarkan produknya menggunakan 2 promotion mix yaitu biaya periklanan dan promosi penjualan agar penjualan meningkat. Karena periklanan dan promosi penjualan sangat mempengaruhi dalam penjualan mobil dan agar konsumen lebih tertarik dan berminat untuk membeli produk suatu perusahaan.

PT Citra Abadi Indah Cemerlang Palembang menggunakan periklana seperti surat kabar yang sering dibaca oleh semua kalangan dan televisi yang semua kalangan pasti melihat, reklame, internet dan web. Jenis promosi penjualan yang dilakukan PT Citra Abadi Indah Cemerlang Palembang adalah menggunakan pameran yang dilaksanakan di mall, indoor, outdoor atau indrogrosir ataupun mengadakan event, hadiah berupa barang ataupun diskon yang diberikan, kupon, servis gratis.

Promosi dihadapkan pada berbagai macam kegiatan yang dapat dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan kelebihan-kelebihan produk agar konsumen tertarik dan pemasaran harus memilih bentuk promosi yang tepat dan terpadu agar menghasilkan efek domino sehingga dapat meningkatkan volume penjualan. Tujuan promosi adalah untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan profit yaitu misalnya iklan seperti iklan Koran, majalah, radio, katalog, poster sedangkan promosi penjualan yaitu misalnya dengan ikut pameran, membagikan sampel dan lain-lain

Berdasarkan uraian diatas, dapat kita lihat bahwa kegiatan promosi merupakan salah satu unsur kegiatan pemasaran yang sangat penting dalam meningkatkan penjualan, adanya kegiatan tersebut dapat menarik perhatian para konsumen untuk membeli produk yang dipasarkan oleh PT Citra Abadi Indah Cemerlang Palembang dimana produk yang ditawarkan berupa mobil

Ford. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk membahas sekaligus memberi judul laporan akhir yaitu : **Tinjauan Strategi Promosi Terhadap Penjualan Mobil Ford Pada PT Citra Abadi Indah Cemerlang Palembang**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka penulis merumuskan masalah yaitu Bagaimana penerapan strategi promosi terhadap penjualan mobil Ford pada PT Citra Abadi Indah Cemerlang Palembang

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Untuk mempermudah penulisan agar tidak terjadi penyimpangan dalam membahas permasalahan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup yang akan dibahas yaitu: Periklanan, Promosi Penjualan, Penjualan Pribadi, Publisitas

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **a. Tujuan Penelitian**

Mengidentifikasi bentuk kegiatan promosi penjualan mobil yang dilakukan PT Citra Abadi Indah Cemerlang Palembang.

### **b. Manfaat Penelitian**

1. Bagi perusahaan, sebagai saran dan memberikan masukan kepada perusahaan dalam menentukan strategi kebijakan yang berkaitan dengan penjualan mobil pada PT Citra Abadi Indah Cemerlang Palembang.
2. Bagi peneliti, menerapkan ilmu yang telah dipelajari sewaktu kuliah, serta sebagai salah satu syarat kelulusan program studi pada jurusan Administrasi Bisnis.
3. Bagi pembaca, sebagai bahan informasi pembaca mengenai strategi promosi dan bahan masukan bagi penelitian selanjutnya, khususnya tentang strategi promosi penjualan.

## **1.5 Metode Penelitian**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Untuk mempermudah dalam melakukan penelitian di PT Citra Abadi Indah Cemerlang Palembang, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian di bagian penjualan pada PT Citra Abadi Indah Cemerlang Palembang.

### **1.5.2 Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan ini terbagi dua yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama. Penulis memperoleh dan mengumpulkan data untuk penyusunan laporan akhir secara langsung dengan melakukan wawancara atau interview langsung kepada karyawan PT Citra Abadi Indah Cemerlang Palembang. Penulis mendapatkan data di bagian penjualan dengan mengunjungi PT Citra Abadi Indah Cemerlang Palembang.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya. Penulis memperoleh data untuk penyusunan laporan akhir ini dari berbagai sumber yaitu internet, buku dan hasil dari penelitian pihak lain yang telah dipublikasikan yang ada kaitannya dengan strategi promosi penjualan, serta sejarah perusahaan, visi dan misi, struktur organisasi, dan data lainnya.

### **1.5.3 Metode pengumpulan data**

Pengumpulan data dilakukan melalui penyelidikan langsung terhadap objek yang bersangkutan. Teknik yang dilakukan adalah:

1. Riset Lapangan

Riset lapangan adalah suatu metode pengumpulan data yang mengharuskan penulis turun langsung ke objek penelitian dan melihat segala kegiatan yang akan diteliti, Metode yang digunakan dengan cara wawancara.

Wawancara adalah suatu proses yang dilakukan seorang peneliti dengan menggunakan metode Tanya jawab langsung bertatap muka antara pewawancara dengan narasumber. Di dalam interview ini yang akan diwawancara adalah karyawan bagian marketing di PT Citra Abadi Indah Cemerlang Palembang.

## 2. Riset Perpustakaan

Yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan jalan mencari data-data dan informasi secara teoritis dan mempelajari sumber-sumber tertulis yang berhubungan dengan masalah yang akan di bahas.

### 1.5.4 Analisa Data

Analisa data yang dilakukan yang membandingkan data dengan teori yang ada kemudian dibuat suatu penafsiran terhadap masalah yang terjadi. Adapun analisa yang digunakan adalah

Menurut Kurnia (2012), analisis kualitatif adalah aktivitas insentif yang memerlukan pengertian yang mendalam, kecerdikan, kreativitas, kepekaan konseptual, dan pekerjaan berat.

Analisa kualitatif tidak berproses dalam suatu pertunjukan linier dan lebih sulit dan kompleks disbanding analisis kualitatif sebab tidak diformulasi dan di standarisasi.

Teknik analisis yang digunakan dalam laporan akhir ini adalah analisis deskriptif yaitu analisis yang bersifat menjelaskan dan menggambarkan tentang strategi promosi dalam upaya peningkatan volume penjualan pada PT Citra Abadi Indah Cemerlang Palembang

