

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Pemilihan Judul

Perusahaan merupakan suatu tempat untuk melakukan kegiatan proses produksi secara terorganisir dalam rangka membuat suatu barang atau jasa untuk tujuan keuntungan (Sayuti:2015:13). Semakin banyak persaingan, maka suatu perusahaan perlu meningkatkan hasil penjualan, sehingga dapat memenangkan persaingan dalam dunia usaha.

Salah satu strategi pemasaran yang sering dilakukan oleh suatu perusahaan dengan cara melakukan penyebaran pemasaran itu sendiri, atau lebih dikenal dengan bauran pemasaran. Pemasaran adalah kegiatan manusia yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan langganan melalui proses pertukaran dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan (Sunyoto:2013:14). Promosi merupakan kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mendorong permintaan dan merupakan kunci keberhasilan suatu perusahaan untuk menghadapi serta memenangkan persaingan memasarkan barang atau jasa yang ditawarkan.

Promosi adalah sarana dimana perusahaan berusaha untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen baik secara langsung atau tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual (Kotler dan Keller:2010:5). Promosi bertujuan untuk menarik minat calon pembeli terhadap barang yang kita tawarkan dengan harapan penjualan barang atau jasa dari perusahaan akan mengalami peningkatan. Strategi promosi merupakan kegiatan perusahaan untuk mendorong penjualan dengan komunikasi-komunikasi yang menyakinkan kepada para pembeli (Moekijat:2000:443). Salah satu industri yang saat ini semakin berkembang di masyarakat adalah industri bidang otomotif. Berkembangnya industri otomotif terutama pada kendaraan sepeda motor di Indonesia sangat pesat

seperti hasil penelitian dilakukan oleh Vijay Rao, Automotive and Transportation Practice Frost & Sullivan pada tahun 2016, yang menyatakan bahwa Indonesia merupakan salah satu perkembangan otomotif terbesar di ASEAN setelah Thailand. Frost & Sullivan memprediksi Indonesia akan menjadi pasar otomotif terbesar di ASEAN pada 2019 dengan total kendaraan mencapai 2,3 juta.

Menurut Rangga Rahadiansyah (2018) dalam detikOto, penjualan sepeda motor di Indonesia di awal tahun 2018 mengalami peningkatan. Pada Januari 2018, penjualan sepeda motor anggota Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) lebih dari 480 ribu unit. Angka itu naik cukup signifikan dibanding Januari 2017. Menurut data AISI (2018) yang diperoleh detikOto, sebagai pembandingan penjualan sepeda motor pada Januari tahun 2017 penjualan sebesar 473.879 unit, dan Januari tahun 2018 meningkat menjadi 482.537 unit.

Perkembangan industri otomotif kendaraan sepeda motor tentu sangat pesat, dimana begitu banyaknya jenis dan tipe kendaraan motor dari berbagai macam merek. Di kota Palembang juga penjualan sepeda motor mengalami peningkatan, menurut SUMSELTERKINI.ID pada tahun 2017 berdasarkan pencatatan data Police Registration (Polreg), sepeda motor di Sumatera Selatan terjual sebanyak 62.651 unit (Juni 2017), sedangkan tahun lalu hanya berhasil diangka 49.715 unit pada periode yang sama atau penjualan sepeda motor di Sumatera Selatan mengalami pertumbuhan sebesar 26%. Salah satu merek industri sepeda motor yang ternama di Indonesia yaitu Yamaha. Menurut Rangga Rahadiansyah (2018) dalam detikOto, Yamaha menempati posisi kedua setelah Honda, dimana pada awal tahun 2018 Honda menempati posisi pertama dengan hasil penjualan sebanyak 345.957 unit, diikuti dengan Yamaha dengan hasil penjualan sebanyak 122.989 unit, diposisi ke tiga ada Kawasaki dengan hasil penjualan 7.509 unit, selanjutnya Suzuki dengan hasil

penjualan 6.051 unit, dan posisi terakhir ditempati oleh TVS dengan hasil penjualan 31 unit.

Salah satu industri yang bergerak dibidang otomotif sepeda motor merek Yamaha yaitu PD. Panca Motor Cabang Tanjung Enim yang beralamat di Jalan Raya Batu Raja Talang Gabus Kel. Pasar Tanjung Enim Kec. Lawang Kidul, Tanjung Enim yang berdiri pada tahun 2007 dan telah memiliki pelanggan setianya yang luas pada pembelian kendaraan sepeda motor.

PD. Panca Motor Cabang Tanjung Enim selalu berusaha memberikan produk serta pelayanan terbaik untuk para konsumennya sehingga sampai saat ini masih dapat bertahan dalam dunia persaingan yang semakin ketat. PD. Panca Motor Cabang Tanjung Enim memiliki beragam strategi promosi mulai dari mengikuti kegiatan pameran dengan membuka *stand*, memberikan potongan harga, melakukan kegiatan *door to door*, dan iklan melalui brosur, pemasangan spanduk serta melalui media sosial.

Penjualan pada PD. Panca Motor Cabang Tanjung Enim dalam 5 (lima) tahun terakhir mengalami penurunan dan tidak mencapai target penjualan yang telah ditetapkan yaitu 1000 unit/tahun. Pada tahun 2013 penjualan motor sebanyak 900 unit, pada tahun 2014 penjualan motor sebanyak 810 unit, pada tahun 2015 penjualan motor pada sebanyak 780 unit, pada tahun 2016 sebanyak 720 unit, dan pada tahun 2017 sebanyak 660 unit. Dari tahun 2013-2014 PD. Panca Motor mengalami penurunan penjualan sebanyak 90 unit, pada tahun 2014-2015 juga mengalami penurunan penjualan sebanyak 30 unit, pada tahun 2015-2016 PD. Panca Motor mengalami penurunan penjualan sebanyak 60 unit dan pada tahun 2016-2017 PD. Panca Motor mengalami penurunan penjualan sebanyak 60 unit (Rincian Tabel Data Dapat di Lihat Pada Bab III).

Menurut hasil wawancara yang telah penulis lakukan dengan pihak PD. Panca Motor Cabang Tanjung Enim penurunan penjualan disebabkan beberapa faktor diantaranya yaitu banyaknya pesaing baik dari dealer Yamaha

sendiri maupun dealer Honda, pendapatan masyarakat tanjung enim yang mayoritas petani karet, jadi jika harga karet turun maka akan mempengaruhi penjualan, dan kurang maksimalnya promosi yang dilakukan oleh PD. Panca Motor Cabang Tanjung Enim.

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa strategi promosi itu sangat penting bagi perusahaan agar tercapainya target penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan tersebut, maka dengan permasalahan inilah yang melatar belakangi penulis dalam mengambil judul **“Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PD. Panca Motor Cabang Tanjung Enim”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pemilihan judul yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah **“Bagaimana strategi promosi yang digunakan pada PD. Panca Motor Cabang Tanjung Enim dalam meningkatkan volume penjualan produknya”**.

1.3. Ruang Lingkup Pembahasan

Agar lebih mengarahkan pembahasan dan tidak menyimpang dalam penulisan yang akan dibahas, maka penulis membatasi ruang lingkup penulisan pada manajemen pemasaran mengenai bagaimana strategi promosi yang dilakukan pada PD. Panca Motor Cabang Tanjung Enim.

1.4. Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang hendak dicapai penulis dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang diterapkan pada PD. Panca Motor Cabang Tanjung Enim dalam meningkatkan penjualan produknya.

1.4.2 Manfaat

Adapun Manfaat dari penulisan proposal penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Hasil Penelitian ini dapat memberikan wawasan dan menambah pengetahuan penulis dalam bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai strategi promosi.

2. Perusahaan

Sebagai masukan untuk menentukan strategi promosi yang baik pada PD. Panca Motor Cabang Tanjung Enim untuk meningkatkan penjualannya.

3. Bagi Akademik

Penelitian ini di harapkan dapat menambah pengetahuan bagi rekan-rekan mahasiswa dalam melakukan penelitian lebih lanjut dan sebagai bahan bacaan terutama mengenai suatu masalah manajemen pemasaran.

1.5 METODOLOGI PENELITIAN

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PD. Panca Motor yang beralamat di Jalan Raya Batu Raja Talang Gabus Kel. Pasar Tanjung Enim Kec. Lawang Kidul, Tanjung Enim. Bidang ilmu yang diambil yaitu Manajemen Pemasaran mengenai Strategi Promosi Pada PD. Panca Motor Cabang Tanjung Enim.

1.5.2. Jenis dan Sumber Data

Penulis menggunakan dua jenis sumber data yaitu:

a. Data Primer

Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2010:193). Pada penulisan laporan ini data primer yang diberikan langsung oleh perusahaan, melalui wawancara langsung dengan pihak PD. Panca Motor yang diberikan wewenang untuk memberikan informasi yang penulis butuhkan dalam penulisan Laporan Akhir ini

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misal lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2010:402). Data sekunder yang di peroleh penulis bersumber dari internet, bahan bacaan, studi literatur, dan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan permasalahan yang penulis bahas dalam Laporan Akhir pada PD. Panca Motor Cabang Tanjung Enim.

1.5.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam pelaksanaan penelitian Laporan Akhir yaitu sebagai berikut:

1. Riset Kepustakaan

Yaitu teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literature-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada baik dalam bentuk cetak maupun elektronik. Pada teknik pengumpulan data ini penulis mengumpulkan data dan informasi dengan membaca buku-buku manajemen pemasaran khususnya yang berkaitan dengan strategi promosi.

2. Riset Lapangan

Yaitu teknik pengumpulan data dan informasi dengan cara mengadakan penelitian secara langsung ke PD. Panca Motor Cabang Tanjung Enim.

a. Wawancara

Menurut Sugiyono (2010:194) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Dalam pengumpulan data ini, penulis melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak PD. Panca Motor Cabang Tanjung Enim.

b. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2010:200) dokumentasi merupakan salah satu catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental

dari seseorang. Pada teknik dokumentasi ini penulis menggunakan buku dan catatan untuk mengumpulkan data.

1.5.4. Analisis Data

Dalam penulisan Laporan Akhir ini metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kualitatif. Data deskriptif kualitatif adalah data yang berupa pendapat atau *judgment* sehingga tidak berupa data angka, melainkan berupa kata atau kalimat (Suliyanto:2006). Analisis dalam Laporan Akhir ini tidak berbentuk angka-angka melainkan kata-kata atau kalimat. Data-data kualitatif selanjutnya dikaitkan dengan sumber-sumber referensi lainnya misalnya buku-buku, internet, dan sumber lainnya agar dapat dijadikan sebuah penjelasan dalam Laporan Akhir ini. Teknik analisis data dalam Laporan Akhir ini yaitu analisis yang bersifat menjelaskan dan menggambarkan tentang strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan pada PD. Panca Motor Cabang Tanjung Enim.