

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Pada dasarnya tujuan utama setiap orang mendirikan suatu usaha/bisnis yaitu memperoleh laba semaksimal mungkin. Indikator suatu usaha/bisnis dapat dikatakan berhasil apabila usaha tersebut memperoleh laba sesuai dengan apa yang diharapkan. Dibalik keberhasilan suatu usaha dalam memperoleh laba sesuai yang diharapkan/tujuan perusahaan. Pemasaran memiliki peranan penting dalam memperoleh dan juga mempertahankan suatu usaha, serta mendorong suatu perusahaan agar berkembang dan maju.

Menurut Sumarmi dan Soeprihanto (2010:274), pengertian bauran pemasaran adalah kombinasi dari variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi. Bauran pemasaran meliputi 4 P yakni produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*), dan promosi (*promotion*). Dari keempat unsur bauran pemasaran tersebut saling berkaitan satu sama lain dan memiliki peranan yang sama untuk menunjang tujuan suatu perusahaan.

Salah satu unsur dari bauran pemasaran yang memiliki peranan penting dalam meningkatkan volume penjualan dari produk yang dihasilkan sehingga Promosi adalah salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya (Rambat Lupiyoadi, 2006:120). Menurut Gitosudarmo (2010:237), Bauran Promosi adalah “Kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh Perusahaan kepada mereka yang kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Salah satu perusahaan yang menarik untuk dianalisis adalah PT Autochem Industry Cabang Palembang yang bergerak dalam Jenis Industri otomotif dan mempunyai Peluang yang cukup besar dalam memperoleh keuntungan.

Perusahaan ini memiliki 107 jenis otomotif dengan berbagai jenis produk yang berbeda. Adapun jumlah karyawan yang bekerja dalam perusahaan ini sebanyak 30 Orang. Promosi yang diterapkan oleh PT.Autochem Industry Cabang Palembang antara lain, Periklanan, Promosi Selling, Promosi Penjualan dan Informasi dari mulut ke mulut.

Untuk promosi *personal selling* yang digunakan PT Autochem Industry ini konsumen dapat langsung membeli/memesan langsung ke lokasi perusahaan yang beralamat di Komplek Tirta Mutiara Indah Blok C1 Sukarami, Kebun Bunga KM 9 Palembang. Adapun bentuk promosi lain yaitu promosi penjualan dengan cara memberikan diskon apabila konsumen membeli/memesan dalam jumlah yang banyak.

Promosi lain yang digunakan PT Autochem Industry yaitu dengan cara promosi dari mulut ke mulut. Cara ini dilakukan oleh Perusahaan agar masyarakat mengetahui barang yang dijual. Bentuk yang lainnya adalah dengan cara media periklanan yang digunakan PT Autochem Industry adalah dengan menggunakan kartu nama Perusahaan.

Lebih dari 100 jenis Otomotif yang dijual sangat beragam sehingga ada yang mencapai target dan ada juga yang tidak mencapai target penjualan. Dari tahun 2016 hingga 2019, dalam satu tahun terakhir penjualan mengalami penurunan, ada juga Sebagian barang otomotif yang mencapai target penjualan. Secara keseluruhan target dan realisasi penjualan otomotif dan biaya promosi tersaji dalam tabel 1.1 Berikut:

Tabel 1.1
Target Penjualan dan Realisasi Penjualan serta Biaya Promosi

Tahun	Target	Realisasi	Biaya Promosi
2016	1.500	1.600	Rp 800.000
2017	1.600	1.650	Rp 1.000.000
2018	1.700	1.800	Rp 1.000.000
2019	1.800	1.750	Rp 750.000

Sumber: PT Autochem Industry Cabang Palembang, 2020.

Dari Tabel 1.1 menunjukkan bahwa adanya penurunan dalam penjualan sehingga penjualan tidak mencapai target, dan biaya promosi pada tahun 2019 juga tidak mengalami peningkatan. Ada terdapat banyak faktor yang menyebabkan tidak tercapainya target penjualan, karena rendahnya biaya promosi dan tidak tepatnya promosi yang digunakan.

Penurunan itu disebabkan karena kurangnya promosi, yang dilakukan oleh PT Autochem Industry Cabang Palembang karena dilakukan hanya sebatas, periklanan, *personal selling*, promosi penjualan dan informasi dari mulut ke mulut saja. Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik untuk membahas tentang **“Tinjauan Bauran Promosi Pada PT Autochem Industry Cabang Palembang”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, penulis merumuskan masalah dalam laporan akhir ini adalah “Bagaimana Peranan Bauran Promosi pada PT. Autochem Industry Cabang Palembang?.”

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar tidak terjadi penyimpangan dalam membahas permasalahan yang ada, penulis membatasi ruang lingkup pembahasan laporan akhir ini dengan menggunakan empat variabel bauran promosi yang digunakan PT Autochem Industry, yaitu:

1. Periklanan
2. *Personal Selling* (Penjualan Personal)
3. Promosi Penjualan.
4. Informasi dari mulut ke mulut (*word to mouth*).

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui efektifitas bauran promosi yang diharapkan oleh PT. Autochem Industry.

- b. Untuk menganalisis penerapan bauran promosi yang dilakukan oleh PT. Autochem Industry.

1.4.2 Manfaat Penelitian

- a. Bagi Penulis
Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai bidang ilmu manajemen pemasaran, khususnya dalam hal bauran promosi (*promotional mix*) bagi Perusahaan PT Autochem Industry. Dengan adanya laporan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan saran bagi Perusahaan mengenai Bauran Promosi (*promotional mux*) yang efektif dalam meningkatkan promosi dan penjualan yang dilakukan oleh PT. Autochem Industry.
- b. Bagi PT. Autochem Industry
Dengan adanya laporan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan saran bagi PT. Autochem Industry mengenai bauran promosi yang dilakukan.
- c. Bagi Pembaca
Dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi pembaca untuk melakukan pembuatan laporan akhir.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penulisan laporan akhir ini, penulis mengambil studi kasus di PT. Autochem Industry Cabang Palembang di Komplek Tirta Mutiara Indah Blok C1 Sukarami. Kebun Bunga KM 9. Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penyusunan laporan akhir ini yaitu:

- a. Data Primer

Menurut Yusri dan Idris (2010:6), data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung dari objeknya, misalnya seseorang ingin mengetahui besarnya konsumsi masyarakat dengan cara

melakukan wawancara langsung kepada perusahaan. Data primer dalam penyimpanan laporan akhir ini penulis dapatkan melalui wawancara langsung dengan Kepala Cabang Perusahaan PT Autochem Industry Cabang Palembang.

b. Data Sekunder

Menurut Yusri dan Idris (2010:7), data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya yang sudah dalam bentuk pemikiran, Data Sekunder dalam penyusunan laporan akhir ini penulis dapatkan dari berbagai macam referensi seperti dari buku, jurnal-jurnal, internet dan hasil dari penelitian pihak lain yang telah dipublikasikan yang memiliki kaitan dengan penggunaan media promosi dalam upaya meningkatkan volume penjualan

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam laporan akhir ini yaitu:

a. Riset Lapangan (*Field Research*)

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengunjungi langsung tempat yang menjadi objek penelitian. Dalam hal ini penulis mendatangi secara langsung tempat usaha dan bertanya secara langsung ke Bapak Fabian Kosim selaku pemilik usaha, mengenai masalah apa saja yang dihadapi, kebutuhan apa saja yang diinginkan serta menanyakan sejarah usaha, profil pemilik, barang-barang yang dijual dan produksi, harga barang, jumlah karyawan dan data-data lain yang diperlukan.

Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam riset lapangan ini adalah:

a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden (Yusi dan Idris, 2010:7). Dalam

laporan ini penulis melakukan wawancara langsung dengan Bapak Fabian Kosim selaku kepala cabang PT Autochem Industry Cabang Palembang dan pegawai yang bekerja.

b. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu data yang didapat penulis dari catatan-catatan atau bukti-bukti tertulis Perusahaan guna melengkapi laporan akhir, sebagai contoh data mengenai produk dan harga produk Perusahaan.

1.5.4 Teknik Analisis Data

Dalam penulisan laporan akhir ini, penulis akan mengolah data yang didapat dengan metode kualitatif. Menurut Yusi dan Umiyati (2009:102). Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik. Data kualitatif yang dilakukan dalam penulisan laporan akhir ini berupa observasi, wawancara serta riset ke perpustakaan. Metode kualitatif digunakan untuk mengumpulkan data-data hasil wawancara serta menguraikan dengan data-data referensi baik literatur maupun buku-buku yang berhubungan dengan penulisan laporan akhir ini.