

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

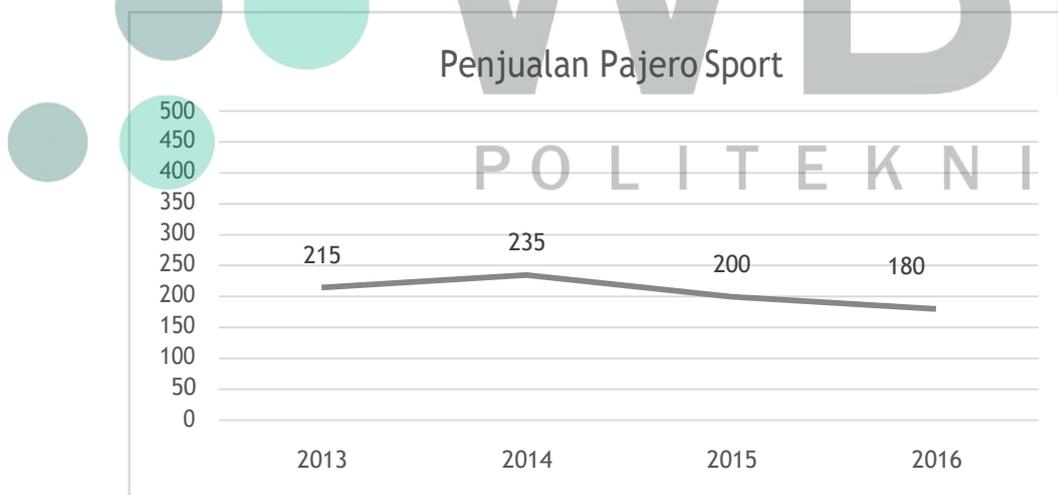
Alat transportasi adalah hal yang sangat diperlukan oleh semua elemen masyarakat tidak terkecuali karena dengan adanya transportasi, maka kegiatan sehari – hari semakin mudah dan juga mobilitas dalam beraktivitas semakin tinggi. Dengan semakin berkembangnya teknologi dan zaman, alat transportasi semakin hari juga mengalami perubahan variasi, dan mobil merupakan salah satu alat transportasi yang digemari oleh masyarakat dikarenakan mobil sangatlah lengkap. Kebutuhan terhadap salah satu alat transportasi ini yang membuat pangsa pasar otomotif mengalami kemajuan yang pesat. Hal dikarenakan munculnya produk yang berasal dari luar negeri maupun produk yang merupakan produk dalam negeri.

Perkembangan pesat industri otomotif di Indonesia membuat persaingan semakin ketat. Para produsen mobil baik itu dalam maupun luar negeri bersaing untuk mendapatkan hati konsumen. Sebagai konsumen juga tidak boleh asal dalam memilih mobil sebagai alat transportasi sehari – hari. Oleh karena itu, konsumen harus selektif sebelum memutuskan untuk membeli dan yang terpenting adalah konsumen harus mempertimbangkan berapa besar biaya yang harus di keluarkan untuk memperoleh produk tersebut.

Para produsen mobil juga berlomba menunjukkan keunggulan produk mereka masing – masing untuk menarik minat beli dari konsumen. Produsen harus mengetahui cara pandang konsumen mengenai mobil yang semakin berubah

dan dibenak konsumen saat ini menjadikan mobil sebagai alat untuk menunjukkan status sosial. Mobil memang tidak bisa lepas dari kehidupan masyarakat dan setiap tahunnya penjualan mobil semakin meningkat, ini didukung oleh data yang berasal dari Kompas.com yang mencatat jumlah kendaraan pribadi di Indonesia pada tahun 2016 mencapai 124.348.224 unit dan setiap tahunnya meningkat 10 – 15 %.

Salah satu produsen mobil yang memiliki posisi kuat saat ini adalah Mitsubishi dan salah satu produk dari Mitsubishi yang disukai oleh masyarakat adalah Pajero Sport. Nilai jual yang cukup tinggi dan relatif tetap menjadi salah satu kunci mengapa Pajero Sport digemari oleh konsumen Indonesia. Namun, beberapa tahun belakangan ini Pajero Sport mengalami penjualan yang menurun dan ini didukung oleh data sebagai berikut:



Gambar 1.1 Penjualan Pajero Sport Tahun 2013 - 2016

Berdasarkan gambar pada 1.1 menunjukkan penurunan dari penjualan Pajero Sport yang terjadi pada 2 tahun terakhir yaitu pada tahun 2015 sampai pada tahun 2016. Penurunan penjualan Pajero Sport menunjukkan bahwa promosi

penjualan yang di terapkan oleh pihak PT Sumatera Berlian Motors masih belum tepat, ditambah lagi dengan produk Pajero Sport nya sendiri yang sudah memasuki generasi ketiga. Pada data diatas, penurunan penjualan Pajero Sport mulai mengalami penurunan pada tahun 2015 ketika Pajero Sport generasi ketiga dirilis. Berikut merupakan data biaya promosi dan penjualan pada tahun 2015 – 2017.

Bulan	Biaya Promosi			Penjualan		
	(dalam ribuan rupiah)			2015	2016	2017
	2015	2016	2017			
Januari	Rp185.000	Rp170.000	Rp220.000	16	19	21
Februari	Rp210.000	Rp189.000	Rp164.000	21	20	16
Maret	Rp190.000	Rp140.000	Rp226.000	18	11	12
April	Rp176.000	Rp166.000	Rp180.000	11	15	17
Mei	Rp180.000	Rp140.500	Rp156.000	17	12	19
Juni	Rp189.000	Rp173.000	Rp174.000	20	23	22
Juli	Rp190.000	Rp231.000	Rp148.000	13	16	15
Agustus	Rp155.000	Rp147.000	Rp163.000	11	13	14
September	Rp180.000	Rp120.000	Rp149.000	14	9	11
Oktober	Rp230.000	Rp168.000	Rp157.000	19	16	10
November	Rp198.000	Rp160.000	Rp179.000	16	14	8
Desember	Rp275.000	Rp257.000	Rp216.000	24	12	11
Total	Rp2.358.000	Rp2.061.500	Rp2.132.000	200	180	176

Tabel 1.1 Tabel Biaya Promosi dan Penjualan Tahun 2015 - 2017

Pada tabel 1.1 diatas merupakan biaya promosi pada tahun 2015 – 2017 yang diketahui bahwa total dari biaya promosi berubah – ubah yang menunjukkan bahwa adanya inkonsistensi penjualan terhadap Pajero Sport atau dapat dikatakan belum optimal. Salah satu hal yang menjadikan alasan inkonsistensi tersebut adalah penjualan yang dapat dilihat diatas yang adanya penurunan terhadap penjualan Pajero Sport. Hal ini menunjukkan masih adanya kendala serta masalah yang dihadapi dalam melaksanakan kegiatan pemasaran Pajero Sport di PT Sumatera Berlian Motors Medan.

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT Sumatera Berlian Motors harus menjadi kunci utama bagaimana mengembalikan penjualan dari Pajero Sport tersebut kembali meningkat. Salah satunya adalah dengan mengevaluasi kinerja dari promosi – promosi yang sudah dilakukan. Salah satu cara mengevaluasi kinerja dari promosi tersebut adalah dengan meninjau kembali biaya promosi yang sudah dikeluarkan oleh PT Sumatera Berlian Motors. Suatu perusahaan dikatakan efisien dalam meningkatkan penjualan dapat dilihat dari biaya promosi yang dikeluarkan. Biaya promosi tersebut meliputi berbagai macam faktor yakni *advertising, sales promotion, personal selling, public relation*, dan juga *direct marketing*.

Promosi adalah alat komunikasi yang dibangun oleh suatu pihak dalam menyampaikan pesan yang terkandung mengenai suatu barang ataupun jasa kepada masyarakat. Promosi yang menarik saja tidaklah cukup dalam hal menarik perhatian konsumen, promosi haruslah disertai dengan penawaran harga yang menarik, kualitas produk yang terpenuhi dan juga pelayanan terhadap konsumen. Saat ini, promosi yang dilakukan oleh PT Sumatera Berlian Motors untuk dalam

memasarkan Pajero Sport yaitu dengan melakukan pameran di *event – event* tertentu seperti dipameran mobil, diperumahan, dan dipusat perbelanjaan. Promosi yang dilakukan oleh PT Sumatera Berlian Motors juga dilakukan pada media elektronik seperti televisi dan internet. Cara yang sering dilakukan oleh PT Sumatera Berlian Motors dalam memasarkan produknya adalah dengan menggunakan tenaga wiraniaga atau *salesman*, cara ini dinilai kurang efektif dikarenakan jangkauan yang dicapai terbatas dan juga kurang optimal. Penurunan secara signifikan terhadap penjualan Pajero Sport menunjukkan bahwa walaupun PT Sumatera Berlian Motors menghabiskan begitu banyak biaya dalam hal promosi tidak didukung oleh meningkatnya penjualan Pajero Sport sendiri. Hal itu dikarenakan dipengaruhi oleh faktor lainnya ataupun promosi yang dilakukan oleh PT Sumatera Berlian Motors tidak tepat sasaran dan tidak menciptakan nilai bagi pelanggan seperti yang dikatakan oleh Kotler dan Armstrong (2015:29) mengenai promosi adalah “proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan dengan pelanggan secara kuat dengan tujuan mendapatkan nilai ataupun keuntungan dari pelanggan”.

Dari definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa biaya promosi adalah peran vital dan penting bagi suatu perusahaan. Meningkatnya biaya promosi tidak serta juga dapat meningkatkan penjualan dari suatu perusahaan. Oleh sebab itu, maka penulis tertarik untuk mengkaji masalah tersebut dengan judul: “Pengaruh Biaya Promosi Penjualan Terhadap Penjualan Pajero Sport Di PT Sumatera Berlian Motors Medan“.

1.2. Rumusan Masalah

Bedasarkan uraian yang telah di jelaskan diatas, maka penulis merumuskan masalah yang ada sebagai berikut: “Apakah biaya promosi penjualan yang diterapkan oleh PT Sumatera Berlian Motors Medan berpengaruh terhadap penjualan Pajero Sport”.

1.3. Batasan Masalah

1. Penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh biaya promosi penjualan terhadap penjualan Pajero Sport di PT Sumatera Berlian Motors Medan.
2. Penelitian ini dilakukan di PT Sumatera Berlian Motors Medan Amplas.
3. Penelitian ini menggunakan dokumentasi.
4. Penelitian ini menggunakan metode regresi linear sederhana.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari diadakan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah biaya promosi penjualan yang ada berpengaruh terhadap penjualan pajero sport di PT Sumatera Berlian motors.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis

Kesempatan bagi penulis untuk mengaplikasikan teori – teori yang telah diperoleh selama perkuliahan dan juga menambah kontribusi wawasan dan pengetahuan selama dilakukannya penelitian.

2. Bagi perusahaan

Menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan biaya promosi penjualan untuk meningkatkan penjualan produk Pajero Sport.

