

BAB I

PENDAHULUAN



A. Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan mempunyai tujuan utama yaitu mendapatkan keuntungan. Hal ini dilakukan untuk kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Salah satu usaha yang digunakan oleh produsen ataupun perusahaan dalam bidang pemasaran untuk meningkatkan produksi yaitu melalui kegiatan promosi. Promosi dilakukan perusahaan untuk memperkenalkan produk kepada calon konsumen yang ditawarkan oleh perusahaan.

Promosi merupakan salah satu kegiatan terpenting yang harus dilaksanakan oleh suatu perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan. Pentingnya promosi pada saat ini sangat disadari, terutama dengan adanya persaingan yang sangat tajam. Promosi bagi dunia usaha sangatlah menentukan kontinuitas terhadap produk yang ditawarkan, terlebih produk tersebut merupakan barang mewah dan berharga, misalnya produk sepeda motor yang ditawarkan perusahaan agar terjadi peningkatan penjualan.

Penjualan merupakan suatu tindakan untuk menukar barang/jasa dengan uang, dengan cara mempengaruhi orang lain untuk memiliki barang yang ditawarkan, sehingga kedua belah pihak mendapat keuntungan dan kepuasan. Kebanyakan perusahaan melakukan penjualan ketika mereka mempunyai kapasitas berlebihan. Tujuannya adalah menjual apa yang mereka buat bukannya membuat apa yang diinginkan pasar.

Peningkatan penjualan dapat ditetapkan berupa nilai rupiah penjualan, unit volume, usaha atau aktivitas penjualan, dan jenis produk. Salah satu pandangan umum adalah bahwa hasil seorang wiraniaga setidaknya harus sama dengan penjualannya tahun lalu. Tingkat penjualan dapat dijabarkan sebagai umpan balik dari kegiatan pemasaran yang dilaksanakan oleh perusahaan

PT. Abira Tri Putra Jaya Medan merupakan salah satu dealer resmi yang bergerak dibidang automotive yang menyalurkan sepeda motor khususnya didaerah Sumatra Utara. Promosi yang dilakukan perusahaan dalam memperkenalkan produk yang diproduksinya membutuhkan promosi, agar dapat meningkatkan penjualan dari tahun ke tahun. Pada dasarnya promosi dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan terhadap produk yang ditawarkan perusahaan disertai informasi yang lebih atraktif. Kegiatan promosi yang dilakukan untuk memperkenalkan produk yang ditawarkan.

Perusahaan dalam memperkenalkan produknya dan menarik minat konsumen sebagai pembeli dengan menggunakan promosi berupa periklanan (surat kabar, brosur, spanduk dan sebagainya), promosi penjualan (berbagai hadiah dan pameran), penjualan pribadi (melalui sales eksekutif dan sales counter). Dari bentuk-bentuk promosi yang digunakan perusahaan, sarana periklanan memegang peranan penting dimana hampir semua jenis periklanan digunakan oleh pihak perusahaan seperti brosur, stiker dan mengiklankan produknya melalui radio dan televisi. Selanjutnya promosi yang gencar juga dilakukan oleh perusahaan dengan memberikan hadiah-hadiah kepada konsumen yang berminat membeli sepeda motor yang ditawarkan perusahaan.