

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Promosi sebagai salah satu unsur bauran pemasaran yang mempunyai peranan yang sangat penting dalam menjalankan kegiatan perusahaan. Salah satu perannya adalah meningkatkan volume penjualan barang atau jasa perusahaan. Suatu barang yang akan dikonsumsi oleh masyarakat, bila masyarakat tidak mengenal faedah atau nilai yang diberikan oleh suatu barang atau jasa kepada mereka, informasi dimana produk itu dibeli, berapa harga produk itu, kegunaan atau manfaat yang ditimbulkan dari produk itu, cara penggunaan dan lain-lain. Oleh sebab itu pemasaran kepada konsumen atau masyarakat secara jelas melalui media yang efektif.

Promosi sangat besar pengaruhnya dalam meningkatkan volume penjualan suatu barang atau jasa merupakan suatu strategi yang paling efektif dalam menghadapi persaingan. Kegiatan promosi harus memperhitungkan berapa besar dana yang tersedia dan berapa besar manfaat yang diperoleh dari kegiatan promosi yang telah dilakukan. Hal ini akan dapat dimungkinkan apabila perusahaan dapat memiliki strategi promosi yang cepat dan efektif untuk produk yang akan dipasarkan, seperti memelihara media promosi yang digunakan, kualitas pelayanannya dan sebagainya. Untuk memperlancar dan mempermudah kegiatan promosi dan proses penjualan maka setiap perusahaan harus dapat menghasilkan barang atau jasa yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan serta selera terhadap kebutuhan konsumen.

Ketidakjelasan dalam memilih saluran promosi akan mengakibatkan terganggunya kelancaran arus informasi barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Strategi promosi yang efektif dan efisien akan mempermudah perusahaan dalam memperkenalkan produk barunya kepada konsumen informasi.

PT. Astra Internasional Tbk – Toyota sales Operation (Auto 2000) Jl. Jend. Gatot Subroto No. 220 Medan merupakan salah satu dealer resmi Toyota yang bergerak di bidang automotive yang menyalurkan mobil Toyota khususnya di daerah Sumatera Utara. Promosi yang dilakukan perusahaan dalam memperkenalkan produknya, membutuhkan biaya yang besar sehingga promosi harus dilakukan dengan baik. Keberhasilan promosi yang dijalankan akan diketahui dengan semakin meningkatnya volume penjualan setiap tahunnya maka kelangsungan hidup perusahaan untuk jangka panjang akan terjamin. Kegiatan promosi yang dilakukan untuk memperkenalkan produk yang ditawarkan perusahaan harus sesuai dengan kemampuan biaya operasional perusahaan.

PT. Astra Internasional, Tbk – Toyota Sales Operational (Auto 2000) Medan dalam memperkenalkan produknya dan menarik konsumen sebagai pembeli dengan menggunakan promosi yaitu antara lain : melalui periklanan (surat kabar, brosur, spanduk, majalah automotif), promosi penjualan berhadiah (berbagai hadiah dan pameran). Penjualan pribadi (melalui sales eksekutif dan sales counter). Dari bentuk-bentuk promosi yang digunakan perusahaan, sarana periklanan juga digunakan oleh pihak perusahaan seperti membagikan brosur, stiker dan mengiklankan PT. Astra Internasional, Tbk –