

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Peluang industri sepeda motor untuk dapat berkembang didalam negeri cukup besar, karena sepeda motor saat ini telah menjadi salah satu sarana transportasi utama bagi sebagian masyarakat. Akan tetapi, persaingan juga nampaknya akan berlangsung ketat, apalagi dengan masuknya sepeda motor dari Cina yang harganya jauh dibawah harga sepeda motor yang lebih dulu berada dipasaran sehingga perusahaan lebih memfokuskan pada kinerja *personal selling*.

Personal selling merupakan kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan para calon konsumen dan diharapkan akan terjadi suatu hubungan atau interaksi positif antara pengusaha dengan konsumennya. Di dalam melakukan penjualan hendaknya ada suatu yang wajar, dalam arti para pelaku penjual benar-benar menguasai produk yang ditawarkan dan selain itu juga hindarkan percakapan yang bertele-tele sehingga tidak menimbulkan kejenuhan atau kebosanan bagi para calon konsumen yang mendengarkan, (Philip Kotler, 2004 : 129).

Personal selling merupakan suatu usaha atau strategi dari perusahaan untuk memberikan informasi tentang produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan serta diharapkan dapat mempengaruhi daya tarik dan membujuk konsumen untuk membeli produk perusahaan dengan memberikan harga jual yang sebaik mungkin..

Harga merupakan salah satu variabel didalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan perusahaan. Oleh karena itu didalam penetapan sebuah harga bagi setiap perusahaan merupakan keputusan yang harus diambil dengan berbagai pertimbangan dan memperhatikan berbagai faktor yang dapat mempengaruhinya, dan harga ditetapkan oleh perusahaan mengandung resiko yang dapat mengancam kelangsungan hidup sebuah perusahaan. Dengan demikian perusahaan sebaiknya harus menetapkan harga dengan tepat, dalam arti penetapan harga yang dilakukan itu dapat memberikan keuntungan yang maksimal bagi perusahaan dan dapat meningkatkan jumlah konsumen dimasa yang akan datang.

Harga jual adalah pengurangan harga produk melalui tawaran pembayaran kembali. Takaran ini biasanya meminta konsumen untuk memposkan tanda ke perusahaan manufaktur untuk menerima sejumlah uang. Dalam tahun-tahun belakangan ini potongan harga semakin banyak digunakan oleh produsen barang-barang tahan lama.

Konsumen adalah kata kunci bagi kesuksesan perusahaan. Peran yang demikian penting telah memaksa setiap perusahaan berupaya untuk menyusun kiat atau strategi untuk menarik mereka, sehingga mereka menjadi pembeli produknya.

PT ASIA AMAN ABADI MEDAN merupakan salah satu dealer resmi yang bergerak dibidang automotive yang menyalurkan sepeda motor khususnya didaerah Sumatera Utara. Promosi yang dilakukan perusahaan dalam memperkenalkan produk yang diproduksinya membutuhkan promosi