

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Umumnya Perusahaan bertujuan mencari laba agar kontinuitas perusahaan dapat terjamin, untuk itu dapat dilakukan berbagai cara antara lain : Memperbarui mutu produk, memilih atau menetapkan saluran distribusi yang tepat baik langsung maupun tidak langsung, menetapkan tingkat harga yang dapat diterima oleh konsumen dan yang terakhir melakukan kegiatan promosi agar dapat dikenal dan disukai konsumen.

Promosi merupakan sarana komunikasi persuasif serta alat penyampaian pesan dari perusahaan kepada konsumen mengenai produk yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga konsumen akan merasa tertarik untuk membeli . Promosi juga merupakan suatu strategi pemasaran paling efektif untuk memperoleh laba yang maksimum melalui peningkatan volume penjualan. Kegiatan promosi ini haruslah disesuaikan dengan keadaan perusahaan, dimana harus diperhitungkan jumlah dana yang tersedia dengan tepat dan manfaat yang diperoleh dari kegiatan promosi yang dijalankan perusahaan tersebut.

PT. Federal International Finance (F.I.F) Binjai Merupakan perusahaan pembiayaan sepeda motor Honda, Perusahaan menawarkan kepada masyarakat kemudahan dalam memperoleh sepeda motor Honda dengan cara kredit. Banyak perusahaan yang bergerak dibidang yang sama diantaranya Adira Finance, Suzuki Finance, Wom Finance, Oto kredit motor, Swardharma Indotama Finance, Bursa Auto Finance dan lain-lain. Dimana masing-masing perusahaan ini berpacu menawarkan

berbagai kemudahan dalam prosedur pengambilan sepeda motor secara kredit pada masyarakat.

Kegiatan Promosi yang dilakukan oleh PT. Federal International Finance meliputi Periklanan, Promosi Penjualan, Penjualan Peribadi, dan Publisitas. Periklanan digunakan perusahaan untuk menginformasikan, memberitahukan, mengingatkan dan membujuk konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Kegiatan promosi dalam bentuk periklanan berupa : papan reklame, surat kabar, radio dan televisi, dan lain-lain.

Promosi penjualan digunakan perusahaan untuk mempengaruhi konsumen. Promosi penjualan ini sangat efektif untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Kegiatan promosi dalam bentuk promosi penjualan berupa: peragaan, pameran, demonstrasi, hadiah dan lain-lain.

Penjualan pribadi digunakan perusahaan untuk mempengaruhi satu konsumen atau lebih yang biasanya dilakukan oleh tenaga penjual (salesmen) cara melakukan seminar atau berkomunikasi langsung kepada konsumen.

Publisitas digunakan perusahaan untuk mendapatkan simpati dari para konsumen dengan cara memberikan bantuan kepada suatu organisasi, memberikan souvenir atau cendramata gratis kepada para konsumen maupun membuat suatu acara atau menjadi sponsor dalam berbagai kegiatan pesta budaya, dan lain-lain.

Semua bauran promosi tersebut digunakan perusahaan untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan produk dan jasa perusahaan sehingga diharapkan produk tersebut dapat diterima dan bertahan dimasyarakat. Sehingga dengan adanya program promosi tersebut tujuan perusahaan meningkatkan permintaan kredit dapat tercapai.