

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini perekonomian berkembang sangat pesat, perkembangan ini juga diiringi dengan peningkatan jumlah kebutuhan manusia, salah satunya adalah permintaan alat transportasi, yaitu sepeda motor. Banyak orang memilih sepeda motor sebagai alat transportasinya. Ada beberapa faktor yang membuat konsumen lebih memilih menggunakan sepeda motor sebagai alat transportasinya, antara lain harga yang lebih terjangkau, perawatan yang tidak terlalu sulit, mengefisienkan waktu dan menghemat uang.

Seperti yang kita ketahui bahwa tujuan utama dari suatu perusahaan pada intinya sama, yaitu dapat meningkatkan volume penjualan sehingga laba yang dihasilkan akan terus meningkat, dengan cara melakukan briefing yang tepat dan sales promotion yang baik. Hal demikian jugalah yang akan dilakukan oleh CV Kencana Sakti Motor Medan.

Briefing adalah keinginan untuk membuat orang lain mengikuti keinginannya dengan menggunakan kegiatan pribadi atau dengan kekuasaan jabatan secara efektif dan pada tempatnya demi kepentingan perusahaan. *Briefing* dipimpin oleh manager pemasaran atau *supervisor* yang ada didalam sebuah perusahaan dan yang mengikuti *briefing* tersebut adalah sales. Pada saat *briefing* mereka akan membahas produk-produk yang akan mereka tawarkan kepada konsumen, pada saat *briefing* manager pemasaran atau *super visor* juga membahas

bagaimana cara untuk meyakinkan calon konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan.

Sales Promotion adalah suatu kegiatan komunikasi pemasaran yang berguna untuk mendorong terjadinya penjualan atau mendorong konsumen untuk membeli produk atau *service* atau untuk melakukan suatu tindakan tertentu sebagai akibat dari meningkatnya nilai dari persepsi konsumen terhadap produk yang sedang dipromosikan. *Sales promotion* biasanya kurang memungkinkan untuk membujuk pengguna-pengguna loyal dari merek lain dan pindah ke merek yang lain, hal ini disebabkan buruknya kinerja *sales promotion* pada pasar produk yang memiliki kemiripan merek yang tinggi. Oleh sebab itu sebelum terjun ke lapangan perusahaan biasanya mengadakan briefing untuk memaksimalkan kinerja *sales promotion*.

Dengan melakukan *briefing* dan *sales promotion* semaksimal mungkin maka akan dapat meningkatkan volume penjualan pada CV. Kencana Sakti Motor. Jika hal itu sudah terjadi maka dapat dipastikan perusahaan tersebut akan mendapatkan laba yang maksimal, jika *briefing* dan *sales promotion* tidak dilakukan maka akan terjadi penurunan penjualan yang akan memberi dampak penurunan pendapatan yang diterima oleh perusahaan tersebut. Dan dalam penelitian ini peneliti meneliti volume penjualan sepeda motor Honda pada tahun 2011.

Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui hasil produk yang dihasilkan dapat diterima dengan