

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Tingginya persaingan antar perusahaan saat ini mengharuskan setiap perusahaan untuk terus berinovasi dan kreatif dalam menyusun strategi pemasarannya. Tidak dapat dipungkiri lagi kebutuhan akan alat transportasi pada saat ini sangatlah penting guna mendukung segala aktivitas yang dilakukan oleh manusia. Sarana transportasi yang beragam membuat manusia dapat menentukan pilihan transportasi mana yang dia pergunakan sesuai dengan kebutuhannya. Sepeda motor merupakan pilihan transportasi yang paling cocok dengan kondisi perekonomian Indonesia saat ini. Terus meningkatnya harga bahan bakar membuat orang lebih memilih sepeda motor, hal tersebut dikarenakan sepeda motor memiliki konsumsi bahan bakar yang relative lebih irit dibandingkan dengan alat transportasi yang lainnya, keiritan bahan bakar tersebut tentunya akan meminimalkan biaya mobilitas yang tinggi setiap harinya. Selain itu kemudahan dalam mendapatkan sepeda motor juga menjadi pemicu seseorang lebih memilih untuk menggunakan alat transportasi tersebut, persaingan yang ketat di industry sepeda motor membuat para pemasar sepeda motor menerapkan berbagai macam cara promosi guna memperoleh konsumennya.

Perusahaan dapat mengkomunikasikan produk kepada konsumen melalui program-program promosi yang diantaranya periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, publisitas, pemasaran langsung. Dengan promosi, konsumen akan mendapatkan informasi-informasi mengenai keunggulan produk yang dipasarkan perusahaan dan selanjutnya konsumen akan tertarik untuk mencobanya lalu memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkan tersebut. Promosi merupakan semua jenis pemasaran yang berguna untuk mencapai tujuan promosi, dimana tujuan promosi ini adalah untuk memperkenalkan barang jasa motor kepada konsumen agar konsumen tertarik dan bersedia untuk menggunakannya atau membelinya.

Strategi promosi merupakan suatu cara yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuannya. Setiap perusahaan pasti mempunyai strategi-strategi promosi untuk dapat bertahan dibanyaknya persaingan dalam dunia pemasaran. Untuk menarik minat konsumen membeli produk yang ditawarkan maka dibutuhkan adanya promosi yang efektif, harga yang kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing, citra merek yang baik, kualitas produk yang bermutu dan penjual yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Menariknya sebuah promosi yang di tawarkan akan mempengaruhi minat konsumen untuk mengkonsumsi produk tersebut.

PT. Yamaha Elmona Motor merupakan salah satu dealer resmi sepeda motor merek Yamaha yang berpusat di Kedunglurah Trenggalek

berusaha memposisikan diri sebagai *dealer* motor yang membentuk brand merek. Oleh karena itu, Elmona Motor memiliki fasilitas *3S* yaitu *sales, service, dan spareparts* guna mendukung tujuan perusahaan. Dunia pemasaran yang sudah semakin ketat dikarenakan adanya globalisasi menyebabkan perusahaan motor ini juga membutuhkan sosok yang tidak hanya dapat menjual produk yang dipasarkan, akan tetapi dapat memberikan tujuan jangka panjang mencakup membina nama baik perusahaan, melayani konsumen dengan baik dan menciptakan citra yang positif. Dengan adanya promosi produk dan jasa pelayanan yang baik akan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pada pembelian sepeda motor. Berdasarkan hal tersebut telah memberikan ide atau masukan bagi penulis untuk mengambil judul “Penerapan Strategi Promosi Guna Meningkatkan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada PT. Yamaha Elmona Motor Kedunglurah Trenggalek”.

## **B. Permasalahan**

Masalahnya yang dihadapi adalah menurunnya penjualan dan tidak tercapainya target penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Masalah ini disebabkan oleh strategi promosi yang kurang berjalan efektif, hal ini dibuktikan dengan menurunnya jumlah penjualan dan tidak tercapainya target penjualan perusahaan meskipun biaya promosi yang dikeluarkan sudah cukup besar setiap tahunnya. Permasalahan yang menyebabkan jumlah penjualan yang menurun karena kurang

maksimalnya strategi promosi yang dilakukan perusahaan serta banyaknya produk pesaing yang sejenis dan juga banyaknya masyarakat yang memilih membeli motor bekas dikarenakan harga yang lebih murah. Maka dari itu perusahaan perlu memperhatikan strategi promosi perusahaan untuk menarik minat beli konsumen agar jumlah penjualan dapat meningkat, karena apabila penjualan perusahaan terus menurun akan memberikan kerugian pada perusahaan.

Perusahaan pasti mengharapkan mencapai keuntungan (laba) yang maksimal, PT. Yamaha Elmona Motor mengharapkan terjadinya peningkatnya pembelian motor. Namun kenyataannya tingkat pembelian konsumen dari lima tahun terakhir justru menurun. Hal ini dapat dilihat dari tidak terpenuhi target penjualan yang ditetapkan oleh perusahaan. Berikut ini adalah data target dan realisasi penjualan sepeda motor pada tahun 2011 perusahaan menargetkan sebanyak 1000 unit dan merealisasikan sebanyak 887 unit, pada tahun 2012 perusahaan sebanyak 1100 unit dan merealisasikan penjualan sebanyak 982 unit, pada tahun 2013 perusahaan menargetkan 1200 unit dan merealisasikan penjualan sebanyak 812 unit, pada tahun 2014 menargetkan sebanyak 1300 dan merealisasikan penjualan sebanyak 774 unit, dan terakhir pada tahun 2015 perusahaan menargetkan sebanyak 1450 dan hanya merealisasikan penjualan sebanyak 678 unit.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah: Bagaimana cara menerapkan berbagai strategi promosi guna meningkatkan keputusan pembelian sepeda motor pada PT. Yamaha Elmona Motor Kedunglurah Trenggalek.

### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Untuk menerapkan strategi promosi guna meningkatkan keputusan pembelian sepeda motor pada PT. Yamaha Elmona Motor Kedunglurah Trenggalek.

### **E. Kegunaan Penelitian**

#### 1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya bidang pemasaran yang berkaitan dengan Penerapan Promosi Produk guna meningkatkan jumlah pembelian pada PT. Yamaha Elmona Motor Kedunglurah Trenggalek.

#### 2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk memecahkan masalah yang di hadapi terutama masalah yang berkaitan dengan penerapan promosi

guna meningkatkan keputusan pembelian pada PT. Yamaha Elmona Motor Kedunglurah Trenggalek.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi pihak yang ingin mengadakan penelitian serupa.