

BAB I PENDAHULUAN

I.I Latar Belakang Masalah

Era globalisasi telah menuntut adanya perubahan paradigma dalam segala bidang, salah satunya bidang pemasaran. Semakin tingginya tingkat persaingan di bisnis lokal maupun global dan kondisi ketidakpastian memaksa perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif agar memenangkan persaingan di bisnis global. Pesaing yang dihadapi sebuah industri tidak lagi datang dari kawasan atau wilayah geografis setempat, tetapi raksasa global dari mancanegara hadir untuk saling berebut pasar. Setiap industri mengalami globalisasi yang dipicu oleh Empat faktor utama yaitu *Customer, Cost, Country, dan Competition*.

Dewasa ini banyak bermunculan perusahaan-perusahaan yang beragam untuk usahanya, yang menandakan bahwa dunia usaha semakin maju. Dalam mengembangkan usahanya suatu perusahaan harus juga memperhatikan unsur-unsur penting dalam manajemen pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi. Pemasaran umumnya dilihat dari tugas menciptakan, mempromosikan serta menyerahkan barang dan jasa kepada konsumen. Pemasaran merupakan inti dari seluruh aktivitas bisnis, karena pemasaran merupakan penghubung antara perusahaan dan konsumen. Promosi merupakan salah satu variabel dari bauran pemasaran yang sangat penting, yang dilaksanakan oleh perusahaan, dalam memasarkan produk jasanya. Tanpa promosi keberadaan produk kurang dapat perhatian

dari konsumen atau bahkan konsumen tidak tahu sama sekali mengenai produk tersebut. Pada umumnya perusahaan akan selalu berusaha untuk tetap berkembang serta mampu bersaing untuk mencapai tujuan perusahaan. Agar tujuan perusahaan dapat tercapai diperlukan strategi promosi yang efektif. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan tentu saja memerlukan anggaran yang cukup memadai agar tujuan yang ingin dicapai yaitu peningkatan penjualan dapat tercapai. Sasaran promosi dapat tercapai apabila perusahaan menganggarkan biaya promosi yang diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memasarkan produknya.

Di Kota Pekanbaru terdapat beberapa perusahaan yang melakukan aktivitas penjualan sepeda motor dengan berbagai macam merek dan jenis sepeda motor, dalam melakukan penjualan para pengusaha mengawali dengan mendirikan showroom sepeda motor yang ditambah dengan bengkel serta penyediaan suku cadang. Selain mendirikan tempat penjualan pihak perusahaan menggunakan jasa sales untuk mencari konsumen di wilayah kota Pekanbaru dan sekitarnya.

Sebagai dealer sepeda motor Honda di kota Pekanbaru dan sekitarnya PT. Global Jaya Perkasa Pekanbaru memiliki berbagai fasilitas pelayanan untuk memberikan rasa puas bagi para pelanggan. Untuk setiap pembelian konsumen akan diberikan buku panduan, buku service gratis, helm dan jaket, untuk service gratis diberikan kepada pelanggan sebanyak tiga kali dilakukan secara berkala. Adapun salah satu pelayanan yang diberikan adalah air mineral gratis bagi customer yang melakukan service motor, selain itu PT. Global

Jaya Perkasa juga menyediakan spare part dari berbagai macam sepeda motor dengan harga yang murah dan terjangkau.

Dalam menjalankan aktivitas pemasaran, perusahaan menghadapi persaingan cukup ketat dari perusahaan lain seperti PT. Capela Dinamik Nusantara, PT Hoho yang menjadi pesaing dalam memasarkan produknya.

PT Global Jaya Perkasa merupakan dealer resmi untuk sepeda motor merek Honda untuk kawasan Pekanbaru dan sekitarnya, adapun sepeda motor yang dijual kepasar mempunyai tiga kategori yaitu motor bebek, motor metik, motor sport. dari ketiga kategori motor ini merupakan strategi penjualan Honda memberikan banyak pilihan kepada konsumennya, untuk melihat daftar merek Honda yang dijual PT Global Jaya Perkasa berikut table nama produk Honda:

TAHUN	PENJUALAN HONDA							
	Vario	Vario tekno	Beat	Supra x	Revo	Blade	Tiger	Mega pro
2008	85	50	100	65	108	70	50	60
2009	102	67	120	70	120	56	65	50
2010	120	76	125	86	135	89	45	35
2011	125	90	150	90	140	90	38	34
2012	140	123	175	104	150	101	30	25
Total	572	406	670	415	653	406	228	204

Tabel 1.1 : Daftar merek Honda yang dijual pada PT Global Jaya Perkasa

Penjualan sepeda motor Honda di PT Global Jaya Perkasa dilakukan secara tunai dan bekerja sama dengan beberapa pembiayaan sepeda motor Honda seperti PT. FIF, WOM, Adira, CS Finance dan lain sebagainya.

Berikut adalah data penjualan PT. Global Jaya Perkasa Pekanbaru mulai dari tahun 2008 sampai dengan tahun 2012:

NO	TAHUN	TOTAL PENJUALAN HONDA 2008 – 2012	
		Penjualan	Persentase
1	2008	588	-
2	2009	650	5,2%
3	2010	711	5,1%
4	2011	757	3,8%

Tabel 1.2: Penjualan sepeda motor Honda pada PT. Global Jaya Perkasa

5	2012	848	7,6%
Total	Jumlah	3554	

Sumber : PT. Global Jaya Perkasa 2012

Berdasarkan table di atas dapat disimpulkan bahwa tingkat penjualan sepeda motor Honda pada PT. Global Jaya Perkasa tiap tahun mengalami fluktuatif dari tahun ke tahun, yaitu pada tahun 2008 sebanyak 588 unit. Untuk tahun 2009 mengalami peningkatan menjadi 650 unit. atau terjadi peningkatan penjualan Honda 5,2 %

Untuk tahun 2010 mengalami peningkatan cukup signifikan sebesar 5,1% menjadi 711 unit. Pada tahun 2011 mengalami kenaikan menjadi 757 unit atau 3,8% . Untuk tahun 2012 mengalami kenaikan yang signifikan lagi menjadi 7,6 % atau 848 unit. Berarti berdasarkan table di atas PT Global Jaya Perkasa mengalami keuntungan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan Sepeda Motor Merek Honda Pada PT. Global Jaya Perkasa JL.HR.Subrantas KM 10 Pekanbaru”**

I.2 Rumusan Masalah

1. Faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi penjualan sepeda Motor Honda Pada PT. Global Jaya Perkasa?

2. Faktor manakah yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap penjualan sepeda motor Honda?

I.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan peneliti melakukan penelitian tentang perilaku konsumen ini adalah:

- a) Untuk mengetahui Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penjualan Sepeda Motor Honda Pada PT. Global Jaya Perkasa?
- b) Untuk mengetahui Faktor manakah yang memiliki pengaruh paling dominan penjualan Sepeda Motor Honda Pada PT. Global Jaya Perkasa?

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian tentang perilaku konsumen ini adalah:

- a) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan tentang faktor yang mempengaruhi penjualan Sepeda Motor Honda Pada PT. Global Jaya Perkasa?
- b) Masukan atau sumbangan pemikiran kepada manajemen perusahaan dalam hal factor yang mempengaruhi penjualan Sepeda Motor Honda Pada PT. Global Jaya Perkasa dan tujuan perusahaan itu sendiri.
- c) Dapat menjadi masukan bagi peneliti – peneliti lain yang ingin melakukan penelitian sejenis.

I.5 SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan tentang ; latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Dalam bab ini membahas tentang teori-teori yang melandasi masalah-masalah yang akan diteliti, mengemukakan hipotesis serta variabel yang akan diteliti.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini membahas tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, tehnik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini membahas tentang gambaran umum perusahaan tempat dilakukan penelitian serta sejarah singkat dari perusahaan tersebut.

BAB V : HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini adalah penyajian dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap perilaku konsumen.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini merupakan kesimpulan dan saran-saran yang dianggap perlu sekaligus merupakan penutup dalam penulisan ini.