

# BAB I

## PENDAHULUN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan usaha di bidang penjualan motor yang semakin pesat dapat kita lihat dengan banyaknya dealer atau showroom motor yang berdiri di Palembang. Peningkatan penjualan motor yang semakin pesat menimbulkan tingkat persaingan usaha yang ketat. Demikian juga untuk showroom motor yang menjual barang sejenis seperti motor Yamaha dan Honda. Adanya produk sejenis yang dijual oleh dealer atau usaha showroom jual-beli motor bekas yang berbeda, sedang keinginan konsumen beraneka ragam membuat konsumen menjadi bebas menentukan produk yang dapat memuaskan kebutuhannya. Oleh karena itu, perusahaan harus melakukan strategi yang tepat untuk dapat bersaing dengan pesaing. Semakin pesat dunia usaha untuk menentukan langkah-langkah maju agar sesuai dengan tujuan perusahaan yaitu untuk memperoleh keuntungan semaksimal mungkin dengan potensi dan kemampuan yang maksimal.

Berkomunikasi dengan calon pelanggan, perusahaan harus menerapkan bauran promosi untuk lebih meningkatkan jumlah pelanggan dalam waktu yang singkat. Promosi penjualan dapat dilakukan dengan cara Pemberian harga khusus atau potongan harga. *Personal selling* merupakan salah satu bauran yang menyajikan secara lisan oleh perusahaan kepada satu atau beberapa calon pembeli dengan tujuan agar barang atau jasa yang ditawarkan dapat terjual. *Personal selling* juga salah satu senjata bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan dipasaran.

Banyak showroom yang menggunakan bauran promosi *personal selling* dalam berkomunikasi dengan konsumen. Salah satunya ialah *showroom* Beryl Motor Palembang yang bergerak dibidang jual beli motor *second* Palembang dengan produk barang seperti Yamaha dan Honda, yang menggunakan bauran *personal Selling* sebagai alat untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen. Berikut data jenis-jenis produk barang yang ditawarkan dan

Hasil motor yang terjual *showroom* Beryl Motor Palembang sebagai berikut:

Menggunakan bauran *personal Selling* sebagai alat untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen. Berikut data jenis-jenis produk barang yang ditawarkan dan jumlah motor yang terjual *showroom* Beryl Motor Palembang sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Jenis Produk yang Ditawarkan dan Jumlah Motor yang Terjual**  
***Showroom* Beryl Motor Palembang**

No.	Jenis Produk Merk Honda	Jumlah Motor yang terjual	Jenis Produk Merk Yamaha	Jumlah Motor yang terjual
1	Beat	26	Vega R	40
2	Vario	30	Nmax	22
3	Scoopy	22	Jupiter Mx King	8
4	Spacy	16	Mio Sporty	33
5	Pcx	4	Fino	7
6	Cb 150	9	Mio M3	22
7	Sonic	6	Jupiter Mx	28
8			Vixion	40

*Sumber: Beryl Motor Palembang, 2016*

Semakin pintar *personal selling* dalam membujuk dan menjelaskan tentang Produk, maka semakin konsumen percaya dan membeli produk yang ditawarkan. *Personal selling* menjadi ujung tombak maju mundurnya *showroom* meraih konsumen, maka semakin maju perusahaan tersebut memperoleh keuntungan.

Kegiatan *personal selling* di *showroom* Beryl Motor ini berguna untuk berkomunikasi langsung kepada konsumen. Kegiatan berkomunikasi ini bertujuan untuk memberi bauran promosi tentang keunggulan/kelebihan barang sehingga lebih meyakinkan konsumen akan barang yang ditawarkan.

Berdasarkan uraian di atas sebagai peningkatan volume penjualan yang dilakukan perusahaan untuk kegiatan pemasaran laporan akhir ini mengangkat judul “**Analisis Peranan *Personal Selling* pada *Showroom Beryl Motor*”.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka persoalan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana peran *personal selling* dalam meningkatkan volume penjualan pada *Showroom Beryl Motor*?
2. Usaha apa saja yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan *personal selling*?

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Agar dalam penelitian laporan akhir ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari Pemasalahan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan pada peran *personal selling* dalam meningkatkan penjualan pada *Showroom Beryl Motor Palembang* yang berlokasi Jalan Jaksa Angung R Suprpto.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai penulis dari penulisan Laporan Ahir ini adalah:

1. Untuk mengetahui peranan *personal selling* dalam meningkatkan volume penjualan pada *Showroom Beryl Motor*.
2. Untuk mengetahui usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan *personal selling*.

### 1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Penulis

Menambah ilmu pengetahuan tentang peranan dari *personal selling*, serta menerapkan teori-teori tentang manajemen penjualan.

2. Manfaat Bagi Perusahaan

Agar perusahaan dapat mengetahui Seberapa Besarkah peran *Personal Selling* yang ada di perusahaan untuk mencapai target penjualan pada *Showroom* Beryl Motor.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan sebagai sumber bahan bacaan dan referensi di perpustakaan bagi rekan-rekan mahasiswa dan pihak lainnya dalam melakukan penelitian lebih dari Politeknik Negeri Sriwijaya, khususnya Jurusan Administrasi Bisnis.

## 1.5 Metode Penelitian

### 1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penulisan Melakukan Penilaian karena penulis bekerja di Showroom Beryl Motor Palembang tersebut. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan menggunakan metode kualitatif.

### 1.5.2 Metode Pengumpulan Data

Penulis untuk mengetahui pengaruh *personal selling*, maka penulis melakukan beberapa metode antara lain:

- a. Wawancara

Menurut Sugiyono (2007: 410) wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topic tertentu. Pada teknik wawancara dengan pemilik Beryl Motor Palembang.

b. Studi Kepustakaan

Studi Kepustakaan merupakan jalan penelitian dengan membaca dan mempelajari buku-buku literatur yang penulis jadikan sebagai landasan teori untuk pembahasan selanjutnya.

## 1.6 Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis model Miles and Huberman dalam Sugiyono (2008:430) sebagai berikut:

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya.

3. *Conclusion Drawing/Verification*

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

Dalam penelitian ini penulis akan melakukan tiga langkah analisis mulai dari *Data Reduction* (Reduksi Data), *Data Display* (Penyajian Data), *Conclusion Drawing/Verificatio* (kesimpulan). Pada tahap pertama yaitu *Reduction* (Reduksi Data), sebelumnya semua Data sudah dikumpulkan melalui wawancara direkapitulasi. Kemudian data direduksi atau dikurangi sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan dari penelitian ini.

Langkah kedua adalah *Display Data*, pada tahap ini penulis akan *mendisplay* data yang sudah dikurangi atau direduksi, yang berkaitan dengan bagaimana Personal Selling pada Showroom Beryl Motor.

Tahap terakhir adalah kesimpulan atau verifikasi dimana penulis akan menggunakan teori yang berhubungan dengan pemasaran dan Personal Selling, sehingga menjadi suatu kesimpulan yang diharapkan sebagai temuan dalam penelitian ini