BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Kegiataan pemasaran perusahaan harus dapat juga memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus, atau konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan.

Manajemen Pemasaran menurut Basu Swastha & Hani (2012:4) adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan. Kegiatan ini bertujuan menimbulkan pertukaran yang diinginkan, baik yang menyangkut barang dan jasa, atau benda-benda lain yang dapat memenuhi kebutuhan psikologis, social dan kebudayaan. Proses pertukaran dapat ditimbulkan baik oleh penjual, maupun pembeli yang menguntungkan kedua belah pihak. Penentuan produk, harga, promosi dan tempat untuk mencapai tanggapan yang efektif disesuaikan dengan sikap dari perilaku konsumen.

Perkembangan industri otomotif di Indonesia sangat cepat dan cenderung meningkat setiap tahunnya, seiring dengan kebutuhan dan banyaknya permintaan masyarakat akan sarana transportasi yang

memadai. Industri otomotif dapat digolongkan menjadi beberapa jenis, diantaranya adalah industri sepeda motor dan industri mobil. Meningkatnya mobilitas masyarakat pada saat ini dan didukung dengan kurang memadainya transportasi umum di Indonesia membuat industri otomotif mobil maupun sepeda motor berkembang dengan pesat. Pemerintah dianggap tidak mampu untuk memberikan pelayanan transportasi yang baik kepada masyarakat. Hal ini menjadikan masyarakat memiliki keinginan yang tinggi untuk menggunakan kendaraan pribadi baik kendaraan roda dua maupun roda empat, hal tersebut menjadi salah satu alasan industri ini mengalami pertumbuhan yang pesat.

Mobil merupakan salah satu transportasi yang ada di Indonesia, kendaraan ini termasuk dalam transportasi yang banyak diminati oleh masyarakat, hal itu karena mobil bisa memuat banyak orang didalamnya dan memberikan kenyaman. Tetapi bukan hanya kendaraan mobil saja yang diminati oleh masyarakat, kemunculan kendaraan roda dua juga membuktikan bahwa sepeda motor bukan hanya alat transportasi gerak cepat, melainkan alat transportasi yang praktis dan terjangkau. Sepeda motor merupakan salah satu kendaraan yang paling banyak diminati oleh masyarakat, hal tersebut dikarenakan motor memiliki desain yang lebih kecil, membuat masyarakat lebih nyaman menggunakannya untuk berkendara, dilihat dari lalu lintas di Indonesia yang padat, Kendaraan roda dua ini memiliki banyak keuntungan pada daerah yang yang padat akan penduduk, dengan bermotor, masyarakat bisa lebih cepat menempuh

perjalanan dan meminimalisir terjebak kemacetan, dan juga sepeda motor merupakan jenis kendaraan yang bisa dimiliki oleh berbagai kalangan ekonomi, mulai dari kalangan atas, menengah, bahkan kalangan ekonomi bawah pun juga tidak sedikit yang memiliki kendaraan roda dua ini.

Menurut laporan Statistik Indonesia 2023 yang dirilis Badan Pusat Statistik (BPS), pada akhir 2022 ada sekitar 125,3 juta unit motor di Indonesia.

Tabel 1.1
Data Penjualan Sepeda Motor di Indonesia pada Tahun 2018 – 2022

Tahun	Jumlah Penjualan Motor (unit)	Persentase
2018	6.383.108	-
2019	6.487.460	1,63
2020	3.660.616	-43,57
2021	5.057.516	38,16
2022	5.221.470	3,24

Sumber : Olah Data AISI (2022)

Tabel 1.1 Dilihat dari Data AISI pada lima tahun terakhir, Penjualan sepeda motor di Indonesia pada tahun 2018 sebanyak 6.383.108 unit dan mengalami peningkatan pada tahun 2019 menjadi 6.487.460 unit, pada tahun 2020 mengalami penurunan cukup drastis yaitu 3.660.616 unit, tahun 2021 sudah mengalami peningkatan menjadi 5.057.516 unit, dan di tahun 2022 penjualan sepeda motor sebanyak 5.057.516 unit.

Tabel 1.2
***Top Brand* Merek Sepeda Motor pada Tahun 2018 -2019 di Indonesia**

No	2018	2019	2020	2021	2022
1	Honda	Honda	Honda	Honda	Honda
2	Yamaha	Yamaha	Yamaha	Yamaha	Yamaha
3	Suzuki	Suzuki	Kawasaki	Kawasaki	Kawasaki
4	Kawasaki	Kawasaki	Suzuki	Suzuki	Suzuki
5	TVS	TVS	TVS	TVS	TVS

Sumber : Olah Data AISI (2022)

Pada tabel 1.2 Honda menjadi merek sepeda motor paling banyak terjual di Indonesia disusul oleh Yamaha diurutan kedua, pada urutan ketiga dan keempat Suzuki dan Kawasaki bersaing pada penjualan terbanyak, dan diurutan terakhir atau kelima ada TVS.

Honda adalah merek sepeda motor di indonesia yang dirakit dan didistribusikan oleh PT. Astra Honda Motor. Unggulnya produk Honda disertai dengan kemajuan teknologinya yang semakin canggih serta produk honda yang semakin bervariasi, membuat produk ini semakin banyak diminati dan selalu unggul dari produk kendaraan bermotor merek lainnya. Honda mampu membidik hampir seluruh segmen pasar manapun, baik berdasarkan usia, jenis kelamin, sampai profesi para konsumen.

Tabel 1.3
Perbandingan sepeda motor merek Honda dan Yamaha

No	Perbedaan	Honda	Yamaha
1	Kecepatan	Kurang respontif terhadap kecepatan.	Yamaha memiliki daya tanggap yang baik.
2	Ketahanan Mesin	Mesin honda dapat bekerja terus menerus selama 40 jam.	Mesin Yamaha dapat bekerja terus menerus selama 30 jam.
3	Bahan Bakar	Honda menjadi salah satu merek sepeda motor dengan teknologi hemat bahan bakar.	Yamaha terus berupaya menghadirkan performa hemat bahan bakar.
4	Teknologi Mesin	Mesin inovatif PGM-FI yang membuat lebih irit bahan bakar.	Teknologi Blue Core untuk membuat mesin lebih bertenaga.
5	Keawetan Mesin	Garansi sepeda motor honda sekitar tiga tahun tergantung kondisi mesin.	Yamaha akan lebih awet karena memiliki garansi hingga lima tahun.
6	Suku Cadang	Suku cadang sepeda motor honda lebih murah.	Suku cadang sepeda motor yamaha cukup mahal dibandingkan honda.

Sumber : olah data detribpas (2022)

Dealer merupakan perusahaan penjualan sepeda motor yang ada di Indonesia. Terdapat 1.673 dealer motor honda resmi yang yang ada di Indonesia yang tersebar di 335 kota. Jambi memiliki 63 dealer Honda. Dealer Honda Patria di Jambi memiliki 9 dealer yaitu Honda Patria Mendalo, Honda Patria Beringin, Honda Patria Kumpeh, Honda Patria Kasang Pudak, Honda Patria Gelam, Honda Patria Tungkal, Honda Patria Sarolangun, Honda Patria Pauh, dan Honda Patria Bungo.

Tabel 1.4
Jumlah Konsumen Sepeda Motor PT. Patria Anugrah Sentosa Mendalo Jambi Tahun 2018 – 2022

Tahun	Jumlah Konsumen (orang)	Persentase
2018	1.486	-
2019	1.393	-6,25
2020	717	-48,53
2021	1.416	97,49
2022	1.635	15,47

Sumber : Olah Data PT. Patria Anugrah Sentosa (2022)

Berdasarkan tabel 1.3 dapat dilihat jumlah konsumen pada tahun 2018 – 2022 mengalami peningkatan dan penurunan. Terjadinya penururunan jumlah konsumen disebabkan oleh pandemi covid 19 pada tahun 2020 yang mengakibatkan berkurangnya hasil penjualan sepeda motor pada PT. Patria Anugrah Sentosa Mendalo Jambi. Dapat dilihat pada tahun 2018 terdapat 1.520 konsumen, ditahun 2019 mengalami penurunan karena diakhir tahun sudah terjadinya covid 19, terdapat 1.397 konsumen dan pada tahun 2020 terjadi penurunan drastis yaitu hanya 717 konsumen. Pada 2021 sudah mengalami peningkatan jumlah konsumen yaitu 1.429 konsumen dan 2022 mengalami peningkatan kembali menjadi 1.635 konsumen.

Promosi merupakan upaya memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli suatu produknya, dan hal ini akan berpengaruh kepada keputusan pembelian konsumen. Promosi adalah kegiatan penting yang dilaksanakan perusahaan dalam memasarkan produk maupun jasa yang ditawarkan perusahaan. Promosi yang dilakukan PT. Patria Anugrah Sentosa Jambi diantaranya adalah potongan harga pada pembelian sepeda motor, terdapat diskon angsuran selama 3 bulan, serta mendapat hadiah berupa jaket. Promosi ini dilakukan oleh dealer untuk menarik konsumen untuk dapat memutuskan pilihan jenis motor yang akan dipilih konsumen. Promosi bertujuan membuat konsumen mengetahui bagaimana produk yang diinginkan oleh konsumen itu sendiri, promosi berpengaruh kepada setiap keputusan pembelian para konsumen.

Tabel 1.5
Promosi Penjualan yang dilakukan PT. Patria Anugrah Sentosa Mendalo Jambi Tahun 2022

No	Jenis Promosi	Syarat
1	Voucher/Potongan Harga	Berlaku khusus untuk DP layer pertama
2	Diskon Angsuran 5 bulan, 56 ribu/ bulan	Berlaku Khusus untuk DP layer pertama
3	Hadiah Jaket	Pembelian Motor Genio Series

Sumber : PT. Patria Anugrah Sentosa (2022)

Keputusan pembelian adalah suatu tindakan atau keputusan yang di ambil menurut berbagai pertimbangan yang telah dilakukan konsumen meliputi informasi yang di dapat, daya tarik produk dan kebutuhan konsumen untuk membeli atau tidaknya barang tersebut.

Keputusan pembelian konsumen terhadap sepeda motor merek honda didasari oleh beberapa faktor seperti adanya periklanan yang dilakukan oleh perusahaan dalam mempromosikan penjualannya. Keputusan pembelian didasari oleh promosi yang yang dilakukan perusahaan dalam manarik konsumen untuk pembelian produk. Tindakan yang mendorong konsumen untuk menentukan keputusan pembelian produk sepeda motor akan dipengaruhi oleh berbagai promosi yang telah dibuat perusahaan. Konsumen akan lebih mudah untuk menentukan pilihan sepeda motor merek honda yang menjadi keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul **"Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Di PT. Patria Anugrah Sentosa Mendalo Jambi".**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, dapat diidentifikasi pokok masalah yaitu sebagai berikut :

1. PT. Patria Anugrah Sentosa Mendalo Jambi Masih Kurang Dalam Hal Promosi Sepeda Motor Kepada Konsumen.
2. Jumlah konsumen pada PT. Patria Anugrah Sentosa Mendalo Jambi mengalami fluktuasi, terkadang terjadi peningkatan dan terkadang terjadi penurunan.

1.3 Rumusan Masalah

Seperti yang telah diuraikan pada latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana promosi penjualan dan keputusan pembelian Sepeda Motor Merek Honda pada PT. Patria Anugrah Sentosa Mendalo Jambi?
2. Apakah Promosi Penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Merek Honda pada PT. Patria Anugrah Sentosa Mendalo Jambi?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana promosi penjualan dan keputusan pembelian Sepeda Motor Merek Honda pada PT. Patria Anugrah Sentosa Mendalo Jambi.
2. Untuk mengetahui apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Merek Honda pada PT. Patria Anugrah Sentosa Mendalo Jambi.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitiaan ini adalah :

1. Hasil penelitian dari promosi pembelian terhadap keputusan pembelian diharapkan dapat memberikan pengembangan ilmu manajemen khususnya pada manajemen pemasaran.

2. Memberikan wawasan kepada masyarakat mengenai pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian, untuk menjadi bahan pertimbangan dalam pemilihan suatu produk khususnya sepeda motor.