

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya adalah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan otomotif (sepeda motor) yang didirikan oleh Bapak Soegita Halim pada tanggal 3 Maret 2011 dengan akta pendirian yang dibuat di hadapan notaris Linggo Darsono, S.H. dengan akta nomor 15 tanggal 23 november 2010. PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya yang beralamat di Jl. Raya Ciledug No.6 Ulujami Cipulir Jakarta Selatan adalah saah satu dealer resmi Honda. PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya dilengkapi dengan bengkel service resmi Astra Honda Authorized Service Station (AHASS) yang melayani pemeliharaan dan penjualan suku cadang.

Logo PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya sebagai berikut:

Gambar 1.1. Logo PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya

The logo consists of a dark blue rectangular background with the text "Pt.Cipulir Bengawan Megah Jaya" written in a bold, white, sans-serif font.

Sumber: PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya

Produk yang ditawarkan oleh PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya adalah sebagai berikut:

Gambar 1.2. Produk Honda Beat

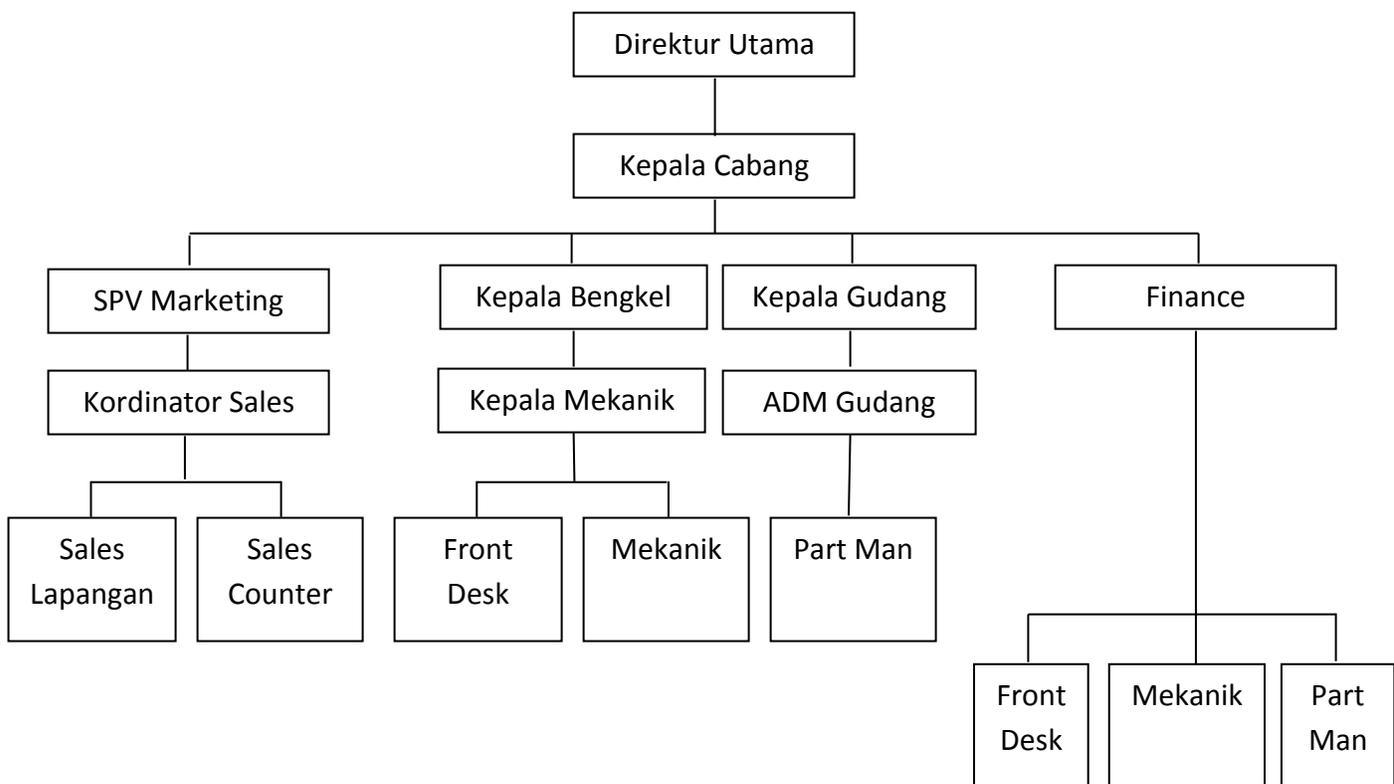


Sumber: PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya

PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya memiliki visi menjadi pemimpin pasar sepeda motor di Indonesia dengan cara merealisasikan mimpi dan menciptakan kegembiraan para pelanggan serta berkontribusi bagi masyarakat Indonesia. Sedangkan misinya menciptakan solusi mobilitas bagi masyarakat Indonesia dengan produk dan layanan terbaik.

Struktur organisasi PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya disusun sebagai salah satu upaya dalam menjalankan manajemen secara terbuka dan jelas yang dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Gambar 1.3 Struktur Organisasi PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya



Sumber: PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya

Untuk memperjelas struktur organisasi PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya, berikut tugas dan wewenang masing-masing fungsi.

1. Direktur Utama

Tugas utama seorang direktur pada PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya adalah memimpin kegiatan organisasi perusahaan, selain itu seorang direktur juga mempunyai tanggungjawab kepada perkembangan perusahaan.

2. Kepala Cabang
Menyusun strategi promosi, bertanggungjawab atas proses rekrutmen, melakukan monitoring karyawan sesuai SOP yang ada dari karyawan masuk sampai karyawan keluar dan bertanggungjawab atas tercapainya target penjualan.
3. SPV Marketing
Bertugas membimbing dan mengarahkan bawahan untuk mencapai tujuan organisasi, membuat laporan bulanan berapa banyak kendaraan yang terjual dan mengawasi persaingan pasar.
4. Kepala Bengkel
Bertanggungjawab secara penuh terhadap kegiatan yang terjadi pada bengkel termasuk kegiatan administrasi. Kepala bengkel juga bertanggungjawab terhadap kuantitas penjualan jasa bengkel, sparepart, dan bahan.
5. Kepala Gudang
Bertugas mengontrol stok persediaan kendaraan di gudang
6. Finance
Bertugas menangani masalah keuangan perusahaan. Seperti pembayaran penjualan motor, mengurus kas kecil perusahaan, menangani pembayaran giro perusahaan, membuat laporan keuangan bulanan, laporan posisi keuangan dan laporan perubahan modal akhir tahun.
7. Koordinator Sales
Bertugas memantau sales counter dan sales lapangan untuk membimbing dan mengarahkan pencapaian target penjualan yang telah ditentukan.
8. Kepala Mekanik
Mengawasi para mekanik untuk melakukan perbaikan kendaraan dengan baik sesuai SOP perusahaan
9. Sales Counter
Merupakan bagian penjualan yang berada didalam dealer. Seorang sales counter harus memiliki pemahaman yang baik tentang produk karena tahap awalnya adalah memberikan gambaran spesifikasi produk kepada konsumen dengan menarik dan tegas.
10. Sales Marketing

Merupakan bagian penjualan yang berada diluar dealer. Tugas utamanya yaitu mencari dan mendapatkan konsumen baru dan melakukan kegiatan-kegiatan promosi. Secara umum tugas seorang sales marketing sama dengan tugas seorang sales counter yaitu mencapai target penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan, yang membedakan hanya tempat penjualannya saja.

11. Front Desk

Bertugas memberikan saran kepada konsumen berkenaan tentang service kendaraan termasuk menampung keluhan atau masukan dari konsumen dan berbagai memberi keterangan kepada mekanik tentang pekerjaan-pekerjaan yang harus dilakukan.

12. Mekanik

Bertanggungjawab kepada kepala bengkel. Mekanik bertugas melakukan perbaikan dan perawatan terhadap unit kendaraan konsumen

13. PDI (*Pre Delivery Man*)

Menyiapkan dan mengirimkan motor kepada konsumen

14. Administrasi Gudang

Bertugas terhadap kegiatan yang terjadi pada gudang dengan mencatat keluar masuknya barang ke gudang

15. Administrasi Umum

Menangani pencatatan pembelian alat tulis kantor dan membuat data pelanggan

16. Administrasi Pajak dan STNK

Menangani pembayaran pajak, administrasi perusahaan mencakup pembuatan faktur, STNK, BPKB, serta membuat laporan rekapitulasi penjualan harian, mingguan dan bulanan.

PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya adalah sebuah perusahaan atau dealer motor resmi Astra Honda Motor (AHM) yang mempunyai kegiatan menyediakan penjualan motor Honda, perawatan, dan suku cadang. Adapun kegiatan usaha lainnya adalah sebagai berikut:

1. Melakukan kerjasama dengan perusahaan leasing
2. Menyediakan dan menawarkan leasing kepada konsumen yang ingin melakukan pembelian secara kredit
3. Melayani asuransi dan garansi kepada konsumen
4. Menyediakan layanan bengkel service motor Honda

5. Melayani pengantaran pembelian motor untuk konsumen
6. Melayani keluhan konsumen
7. Mengurus pembuatan faktur, sertifikat, STNK, dan BPKB motor konsumen
8. Mengadakan promosi secara rutin untuk menarik lebih banyak pembeli

1.2 Latar Belakang Penelitian

Daya beli lemah di Indonesia sejak awal tahun 2015 menjadi isu hangat yang ujungnya membuat penjualan sepeda motor keluar dari grafik menanjak sejak 2012 silam. Pada semester pertama 2015, penjualan sepeda motor di Tanah Air berdasar data Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) mengalami penurunan. Penjualan sepeda motor nasional pada bulan September turun 3,1% dibandingkan bulan sebelumnya. Penjualan sepeda motor Honda juga melemah meskipun tidak sebesar pelemahan pasar nasional yaitu sebesar 1,3%. Penurunan penjualan dapat dilihat pada tabel 1.1 dan grafik 1.4 sebagai berikut:

Tabel 1.1

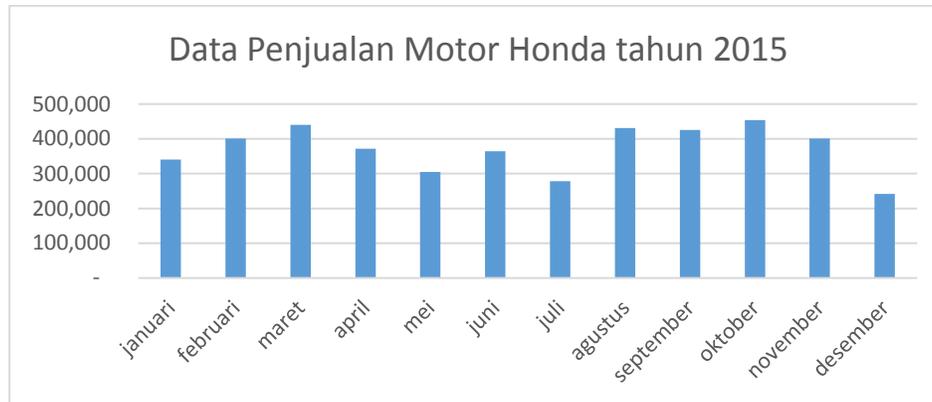
Penjualan Honda Tahun 2015

Bulan	Data Penjualan (Unit)
Januari	340,329
Februari	401,103
Maret	440,171
April	371,584
Mei	304,900
Juni	364,660
Juli	278,754
Agustus	430,953
September	425,458
Oktober	453,944
Bulan	Data Penjualan (Unit)
November	400,533
Desember	241,499
Total	4,453,888

Sumber: Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI)

Tabel 1.1 dapat digambarkan dalam bentuk grafik sebagai berikut:

Gambar 1.4 Data Penjualan Motor Honda tahun 2015



Sumber: Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI)

Grafik 1.4 memperlihatkan penurunan penjualan di bulan maret sampai dengan Mei dan dari bulan oktober sampai dengan Desember.

PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya merupakan salah satu perusahaan yang mencoba menerapkan bauran promosi dalam upaya mencapai salah satu tujuan perusahaan yaitu mempertahankan konsumen. Pemilihan PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya sebagai objek penelitian karena permasalahan yang terjadi yaitu menurunnya penjualan produk motor Honda Beat pada PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya sedangkan PT Astra Honda Motor merupakan perusahaan yang memiliki *market share* terluas di Indonesia. Fenomena tersebut dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut ini.

Tabel 1.2

Data Penjualan Honda Beat di PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya tahun 2015

Bulan	Data Penjualan (Unit)
Januari	102
Februari	120
Bulan	Data Penjualan (Unit)
Maret	132
April	111
Mei	91
Juni	109
Juli	84
Agustus	129
September	128
Oktober	136
November	120
Desember	72

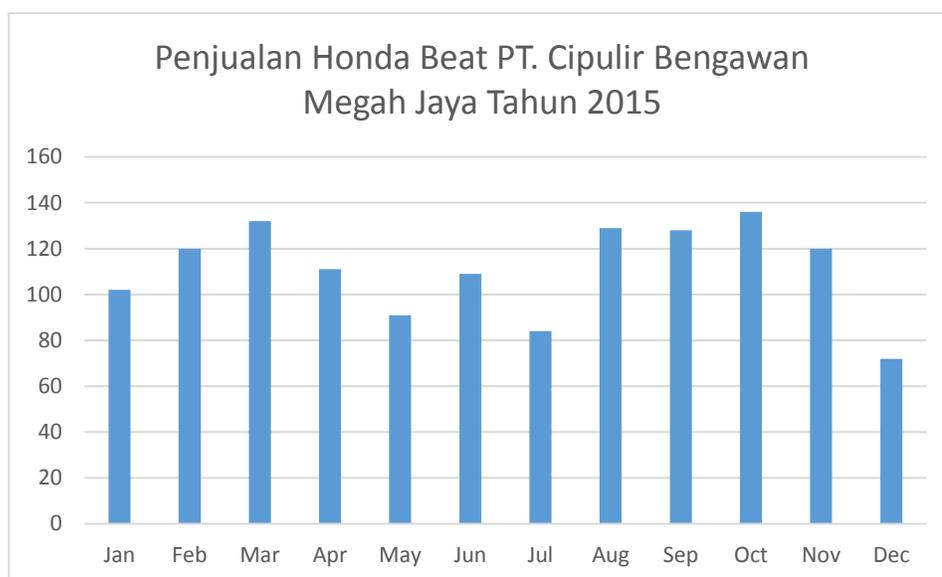
Total	1.336
--------------	-------

Sumber: PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya

Tabel 1.2 memperlihatkan bahwa penurunan penjualan Honda Beat terjadi pula di PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya pada bulan Maret sampai Mei dan Oktober sampai Desember seiring dengan penurunan penjualan motor Honda di Indonesia.

Penurunan penjualan Honda Beat pada PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya dapat dilihat pada grafik 1.5 berikut ini:

Gambar 1.5 Penjualan Honda Beat PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya



Sumber: PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya

Program-program bauran promosi telah banyak diupayakan oleh PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya dalam upaya agar tidak terjadi penurunan penjualan seperti yang telah dijelaskan oleh Manajer Pemasaran PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya Bapak Martin Syafran, S.E. program bauran promosi yang telah diterapkan setiap bulannya selama tahun 2015 untuk produk Honda Beat adalah periklanan baik di media cetak maupun media elektronik, penjualan personal baik oleh pegawai bagian marketing maupun oleh pegawai lainnya, menjalin hubungan dengan pelanggan, melakukan promosi diskon atau *cash back* baik kepada konsumen individu maupun perusahaan, melakukan publisitas dan loby serta melakukan pemasaran langsung. Berikut adalah contoh kegiatan bauran promosi yang dilakukan oleh PT.Cipulir Bengawan Megah Jaya

Gambar 1.6

Kegiatan Bauran Promosi PT Cipulir Bengawan Megah Jaya



Sumber: PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya

Akan tetapi program-program kegiatan bauran promosi tersebut tidak selalu membuat penjualan berada pada posisi yang diharapkan perusahaan. Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat" pada PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya.

1.3 Perumusan Masalah

Latar belakang di atas menjadi dasar dalam merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap bauran promosi yang dilakukan oleh PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya?
2. Bagaimana persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya?
3. Seberapa besar pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian konsumen PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bauran promosi yang dilakukan oleh PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian konsumen terhadap produk Honda Beat pada PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya
3. Untuk mengetahui pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian Honda Beat

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Dari sudut pandang teoritis, diharapkan bahwa penelitian ini memberikan informasi bagi peneliti selanjutnya dan pengembangan ilmu manajemen khususnya manajemen pemasaran melalui pengujian empiris tentang pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian.

1.5.2 Aspek Praktis

Kegunaan penelitian ditinjau dari aspek praktis bahwa penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan ide, atau saran yang dapat membantu PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya untuk mengidentifikasi promosi yang tepat untuk menarik konsumen melakukan pembelian pada PT. Cipulir Bengawan Megah Jaya.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam upaya memberikan kemudahan kepada pembaca dalam memahami skripsi ini, berikut secara ringkas dijabarkan sistematika penulisan skripsi:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian yang meliputi gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini membahas tinjauan pustaka penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian yang terdiri dari variable dan sub variable penelitian; lokasi dan objek penelitian; dan waktu serta periode penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang jenis penelitian, variabel operasional yang menjelaskan tentang variabel independen dan dependen, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data serta teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil penelitian yang diperoleh oleh peneliti dan membahas secara rinci mengenai deskripsi variabel, analisis statistik dan analisis pengatuh variabel

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memaparkan kesimpulan yang telah diperoleh oleh peneliti dari hasil penelitian dan pembahasan serta memberikan masukan baik secara teoritis bagi pengembangan ilmu manajemen maupun secara praktis bagi perusahaan.