

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan industri di Indonesia telah mengalami kemajuan yang cepat dan pesat. Keadaan tersebut menjadikan kondisi persaingan bisnis semakin kompetitif. Kegiatan pemasaran menjadi faktor yang penting dan wajib dilaksanakan oleh setiap perusahaan dalam rangka menjaga dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Situasi dan kondisi seperti ini memberikan tantangan berat bagi semua perusahaan baik yang menghasilkan produk maupun jasa.

Kegiatan pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dimana perusahaan menganalisis struktur pasar serta merancang cara untuk mempromosikan perusahaan agar mendapatkan suatu penilaian yang baik dalam benak konsumen untuk menciptakan hal tersebut maka perusahaan membutuhkan kemampuan untuk mempromosikan suatu produk secara efektif dan efisien.

PD. Panca Motor Km. 5 Palembang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan sepeda motor yang merupakan (distributor) produk Yamaha dan PD. Panca Motor Km. 5 Palembang melakukan penjualan dan menghasilkan kegiatan promosi untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen dengan harapan konsumen akan membeli sepeda motor di perusahaan tersebut. Kegiatan promosi yang tepat diharapkan dapat mengenalkan produk

kepada masyarakat disamping peningkatan penjualan dalam mencapai laba yang maksimal.

Promosi menurut Kotler & Amstrong (2012:76), "*Promotion means activities that communicate the merits of the product and persuade target costumers to buy it*", artinya promosi merupakan kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut.

Menurut Shoell & Alma (2013:179) Promosi ialah usaha yang dilakukan oleh marketer untuk berkomunikasi dengan calon pelanggan. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan salah satu alat komunikasi dalam kegiatan pemasaran yang berperan dalam menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali manfaat dari suatu produk sehingga mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut.

Distribusi merupakan suatu kegiatan penyaluran barang dan jasa yang dibuat dari produsen ke konsumen supaya tersebar luas. Kegiatan distribusi fungsinya mendekatkan produsen degan konsumen sehingga barang atau jasa dari seluruh indonesia atau luar indonesia bisa kita dapatkan barang dan jasa.

Menurut Kotler & Amstrong (2012), *Consumer buyer behavior refers to the buying behavior of final consumers – individuals and houseolds that buy goods and services for personal cosumption*, pengertian tersebut dapat diartikan bahwa perilaku keputusan pembelian mengacu pada prilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual, maupun rumah tangga yang membeli barang atau jasa untuk konsumsi pribadi.

**Tabel 1.1****Penjualan Motor Panca Motor Km. 5 Palembang Tahun 2017-2019**

Tahun	Pendapatan Penjualan	
	Target	Pencapaian Penjualan
2017	6.000.000.000	6.605.830.000
2018	6.100.000.000	4.407.765.000
2019	5.500.000.000	4.931.905.000

*Sumber : Data Diperoleh PD. Panca Motor Km.5 Palembang*

**Tabel 1.2****Laporan Biaya Promosi Penjualan Tahun 2017-2019 PD. Panca Motor Km. 5 Palembang**

Tahun	Banner	Jenis jenis Promosi						Lomba Karoke	Test Ride	Total Biaya
		Spanduk	Presilis	Sewa Tempat	Dekorasi	Mc	Konsumsi			
2017	2.550.000	3.400.000	1.140.000	4.500.000	1.300.000	800.000	540.000	2.200.000	800.000	17.230.000
2018	2.550.000	3.150.000	1.140.000	5.000.000	1.150.000	1.200.000	1.000.000	2.200.000	700.000	18.290.000
2019	2.700.000	3.750.000	1.250.000	5.000.000	1.250.000	1.100.000	790.000	2.200.000	800.000	18.840.000

*Sumber : Data Diperoleh PD. Panca Motor Km.5 Palembang.*

Pada tabel 1.1 menyatakan bahwa setiap tahun mengenai target dan realisasi penjualan menunjukkan bahwa setiap tahun biaya promosi ditingkatkan namun realisasi penjualan masih saja mengalami penurunan. Tabel 1.2 total biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan untuk meningkatkan penjualan tetapi penjualan semakin menurun sehingga tidak tercapainya target penjualan yang

telah ditetapkan. Pencapaian target terus menerus turun walaupun biaya promosi terus ditingkatkan.

**Tabel 1.3**

**Pengeluaran dan Pemasukan Distribusi Pada Tahun 2017-2019**

Tahun	Biaya jasa pengiriman barang	Jumlah unit motor yang terjual
2017	17.230.000	153 unit
2018	18.290.000	116 unit
2019	18.840.000	135 unit

*Sumber: Data yang diperoleh PD. Panca Motor km.5 Palembang.*

Dari biaya promosi tersebut berkaitan dengan tercapai tidaknya realisasi penjualan mengalami penurunan akan tetapi biaya promosinya melampaui yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Adapun peningkatan biaya distribusi berupa jasa pengiriman barang dari tahun 2017 ke tahun 2018 walaupun unit yang terjual menurun akan tetapi biaya pengiriman meningkat. Sedangkan biaya pengiriman tahun 2018 ke tahun 2019 adanya peningkatan biaya uang jasa disebabkan adanya peralihan BBM dari premium ke pertalite. Harga premium Pada tahun 2017 Rp 6.450, tahun 2018 Rp 6.550, kemudian pada tahun 2019 Rp 7.650 menggunakan pertalite dikarenakan kurangnya persediaan premium.

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Promosi Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PD. Panca Motor Km. 5 Palembang”.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang ternyata untuk menumbuh kembangkan usaha pemasaran sepeda motor pada perusahaan PD. Panca motor km. 5 Palembang dapat ditentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh promosi dan distribusi secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada PD. Panca Motor Km. 5 Palembang?
2. Apakah terdapat pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada PD. Panca Motor Km. 5 Palembang?
3. Apakah terdapat pengaruh distribusi secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada PD. Panca Motor Km. 5 Palembang?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan adalah:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh promosi dan distribusi secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada PD. Panca Motor Km. 5 Palembang.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada PD. Panca Motor Km. 5 Palembang.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh distribusi secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada PD. Panca Motor Km. 5 Palembang.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak, antara lain:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan dan berguna untuk menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai pengaruh antara biaya promosi dan distribusi terhadap peningkatan penjualan sepeda motor.

2. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini sebagai sumber informasi untuk menambah pengetahuan dan memberikan sumbangan pemikiran atau perbandingan pendapat pembaca pada topik yang penulis bahas dengan teori-teori yang telah dipelajari oleh pembaca.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini sebagai dasar pertimbangan bagi perusahaan dalam proses pengambilan keputusan pelaksanaan saluran distribusi dan penggunaan media promosi yang efektif guna meningkatkan penjualan.

4. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan yang berguna bagi pihak-pihak lain yang bersangkutan, selain itu untuk dapat menunjang bagi mahasiswa dalam mencari referensi untuk penelitian-penelitian dengan topik yang sama.

## **1.5 Sistematik Penulis**

Dalam penulisan ini di bagi ke dalam 5 bab yang akan di uraikan secara garis besar, masing-masing bab di perincikan menjadi sub-sub sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini merupakan pendahuluan yang menguraikan beberapa bagian latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat, sistem penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini menjelaskan landasan teori yang isinya menjelaskan tentang pengertian promosi, tujuan promosi, faktor yang mempengaruhi promosi, indikator promosi, pengertian distribusi, pengertian keputusan pembelian, proses pengambilan keputusan, indikator keputusan pembelian, penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis.

### **BAB III METODELOGI PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang lokasi dan objek penelitian, operasional dan definisi, populasi dan sampel, metodologi pengumpulan data, metode analisis.

### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang, uji instrumen validitas dan reabilitas, dan analisis secara deskriptif yaitu uji responden dan tabulasi dan analisis secara kuantitatif, dan regresi linier berganda, uji f dan uji t.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini menjelaskan kesimpulan dan saran.