

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri kendaraan bermotor merupakan salah satu industri yang sangat pesat perkembangannya di dunia termasuk Indonesia. Hal tersebut disebabkan karena kebutuhan masyarakat akan kendaraan sangat penting sehingga mempengaruhi kegiatan masyarakat secara langsung. Menurut data dari Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), penjualan sepeda motor di Indonesia pada tahun 2023 mencapai 6,24 juta unit motor, hal tersebut menunjukkan peningkatan sebesar 19.45% dari tahun sebelumnya. Dengan demikian, perusahaan yang bergerak dalam penjualan sepeda motor mempunyai peluang yang tinggi untuk meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar.

Hal tersebut membuat para *dealer* sepeda motor semakin berlomba-lomba untuk meningkatkan volume penjualan sehingga menuntut perusahaan untuk dapat menggunakan berbagai strategi, salah satu strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar yaitu dengan menerapkan strategi promosi. Promosi mengacu pada kegiatan yang mengomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya (Kotler dan Armstrong, 2018). Dalam promosi terdapat lima kegiatan yang disebut bauran promosi (*Promotion mix*) yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan pemasaran langsung (Kotler dan Armstrong, 2016).

Daerah Istimewa Yogyakarta sendiri banyak bisnis *dealer* sepeda motor. Salah satu *dealer* sepeda motor di Kota Yogyakarta yaitu CV Sumber Baru Motor Besi Sleman adalah cabang dari Sumber Baru Motor Central Kota Yogyakarta yang merupakan *dealer* resmi dari Yamaha. CV Sumber Baru Motor cabang Besi, Sleman berlokasi di Jl. Kaliurang No.Km 14,5, Lodadi, Umbulmartani, Kec. Ngemplak, Kabupaten Sleman, DIY. Produk- produk yang ditawarkan di CV Sumber Baru Motor cabang Besi berupa sepeda motor merek Yamaha seperti Mio, Gear, Nmax, Fazzio, Grand Filano, Jupiter, R15, dll. Saat ini wilayah pemasarannya mencakup daerah Sleman khususnya daerah Besi, kecamatan Ngemplak dan sekitarnya.

Banyaknya *dealer* yang ada di Kota D.I. Yogyakarta saat ini mengharuskan CV Sumber Baru motor cabang Besi Sleman untuk dapat memenangkan persaingan, cara yang diterapkan yaitu dengan menggunakan strategi bauran promosi, salah satunya yaitu dengan menerapkan salah satu bauran promosi *personal selling* (Penjualan Personal). CV Sumber Baru Motor cabang Besi dalam menjalankan *personal selling* (Penjualan Personal) dilakukan dengan beberapa kegiatan. Untuk mengetahui bagaimana CV Sumber Baru Motor cabang Besi untuk menjalankan strategi bauran promosi *personal selling* (Penjualan Personal), penulis melakukan magang dan membuat laporan tugas akhir dengan judul **“Tahapan *Personal Selling* (Penjualan Personal) yang Diterapkan pada CV Sumber Baru Motor Cabang Besi Sleman”**.

B. Batasan Masalah

Tugas akhir ini membatasi masalah pada tahapan *Personal Selling* (Penjualan personal) yang dilakukan CV Sumber Baru Motor Cabang Besi Sleman pada bulan Agustus s.d September tahun 2023.

C. Tujuan

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka tujuan penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk mengetahui tahapan *Personal Selling* (Penjualan Personal) yang diterapkan oleh CV Sumber Baru Motor Cabang Besi, Sleman pada bulan Juli s.d September tahun 2023.

D. Manfaat

1. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan manajemen pemasaran khususnya mengenai tahapan *Personal Selling* (Penjualan Personal) yang diterapkan oleh perusahaan CV Sumber Baru Motor Cabang Besi, Sleman.

2. Bagi Pembaca

Tugas akhir ini di harapkan dapat menjadi referensi bagi pembaca khususnya dalam bidang strategi bauran pemasaran, serta dapat dijadikan perbandingan antara teori dan praktik bagi pembaca.

3. Bagi Perusahaan

Untuk bahan pertimbangan dan masukan yang bermanfaat bagi CV Sumber Baru Motor Cabang Besi, Sleman untuk pengambilan keputusan yang berhubungan dengan promosi guna mengatasi masalah khususnya pada bidang promosi yang dihadapi oleh perusahaan.