

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemasaran modern tidak hanya sekedar memasarkan produk yang baik, menetapkan harga yang menarik dan membuat produk itu terjangkau oleh konsumen mereka. Perkembangan ekonomi Indonesia saat ini semakin mengarah pada persaingan yang semakin ketat, terutama bagi perusahaan otomotif yang tentunya memiliki keunikan tersendiri agar dapat menarik konsumen untuk mempertahankan atau merebut pangsa pasar yang ada, dari memilih hingga memutuskan untuk membeli produk.

Berbagai bentuk promosi yang diterapkan perusahaan untuk menghasilkan penjualan dan menarik konsumen. Promosi yang diterapkan oleh Astra Motor Klaten untuk menghasilkan penjualan yaitu salah satunya dengan promosi penjualan. Astra Motor Klaten menggunakan berbagai macam bentuk promosi untuk mempromosikan produknya dengan mengikuti kegiatan yang diadakan oleh perusahaan dan mengkomunikasikan dengan baik ke calon konsumen agar tertarik untuk datang dan bertanya kepada *Marketer*.

Astra Motor Klaten membukukan penjualan motor sebanyak 860 juta unit pada tahun 2023 atau meningkat 22% dari tahun sebelumnya. Meski tidak dijelaskan secara detail, Astra Motor Klaten menargetkan mampu meraih peningkatan penjualan yang sejalan dengan pertumbuhan pasar nasional di 2024.

Hal tersebut menjadikan Astra Motor Klaten lebih gencar dalam menerapkan berbagai strategi promosi untuk meningkatkan penjualan produk serta memberikan pelayanan kepada konsumen menyediakan produk bagi konsumen sepeda motor Honda. Dari latar belakang tersebut, menjadi dasar pertimbangan penulis untuk membuat Tugas Akhir yang berjudul “ Promosi Penjualan pada Astra Motor Klaten.”

B. Batasan Masalah

Permasalahan yang akan dikaji dalam tugas akhir ini hanya pada Promosi Penjualan di Astra Motor Klaten pada periode waktu magang dimulai tanggal 1 Agustus 2023 sampai 2 September 2023.

C. Tujuan

1. Mengetahui kegiatan promosi penjualan di Astra Motor Klaten.
2. Mengetahui kendala yang dihadapi saat pelaksanaan Promosi Penjualan.

D. Manfaat

1. Bagi Perusahaan

Laporan ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi, masukan, dan pertimbangan yang bermanfaat bagi Astra Motor Klaten dalam menerapkan promosi penjualan untuk meningkatkan penjualan.

2. Bagi STIM YKPN Yogyakarta :
 - a. Menjadi referensi perpustakaan STIM YKPN dalam penulisan tugas akhir dimasa yang akan datang.

- b. Dengan adanya magang dapat menjadikan mahasiswa lulusan STIM YKPN memiliki pengalaman di dunia kerja dan menerapkan ilmu yang didapatkan selama kuliah.

3. Bagi Penulis :

- a. Dapat menambah wawasan penulis mengenai promosi penjualan khususnya pada industri otomotif.
- b. Mengetahui cara *Follow up* konsumen dengan respon yang baik dan benar.