

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Penerapan Promosi penjualan di Astra Motor Klaten

Promosi penjualan yang dilakukan Astra Motor Klaten, dilakukan agar mencapai target perusahaan selama satu bulan. Kegiatan promosi penjualan untuk menambah angka penjualan di Astra Motor Klaten ini. Kegiatan promosi penjualan yang diterapkan perusahaan :

1. Pameran

Kegiatan promosi bertujuan untuk menarik lebih banyak konsumen, menginformasikan sebuah produk dan mengajak masyarakat untuk menjadi pelanggan suatu produk. Kegiatan promosi penjualan melalui yang diterapkan oleh Astra Motor Klaten untuk mendapatkan penjualan dan mencapai target perusahaan.

Promosi yang dilakukan Astra Motor Klaten dengan *Sales promotion* yaitu dengan mengadakan kegiatan seperti *Canvassing* dan pameran dengan menampilkan produk dengan berbagai alat promosi lainnya. Hal ini bertujuan agar menjalin hubungan dengan masyarakat sekitar sehingga secara tidak sadar produk perusahaan sudah dipromosikan melalui *Canvassing* dan pameran tersebut.

Astra Motor Klaten mengikuti pameran di beberapa tempat seperti Pasar Jatinom, Pasar Gedhe klaten dan di Sebuah Event Rakyat. Perusahaan membagi dengan sistem piket yang ditugaskan untuk menjaga pameran sebanyak 2 orang. Dua *Sales* kemudian bertugas menjaga stand pada di pameran tersebut. *Sales* mencari konsumen melalui kegiatan pameran

untuk menambah angka penjualan pada perusahaan. Selain menjaga *Stand*, Marketer ditugaskan untuk melakukan beberapa kegiatan yaitu *Canvassing*.

Canvassing merupakan kegiatan menawarkan langsung kepada konsumen dengan mempresentasikan produk yang ditawarkan melalui media seperti brosur, katalog dan media lainnya. Astra Motor Klaten melakukan *canvassing* di beberapa tempat seperti Pasar Jatinom, Event Rakyat dan Menawarkan langsung ke pegadaian.

Saat melakukan *canvassing* biasanya marketer menawarkan dengan media brosur dan katalog produk. *Marketer* juga menjelaskan detail produk ke konsumen. Jika ada yang datang dan bertanya langsung maka marketer menjelaskan langsung ke produk yang ditampilkan.

Astra Motor Klaten melakukan kegiatan *canvassing* dengan datang langsung ke pegadaian disekitar Klaten. Jika ada yang datang ke pegadaian marketer harus membawa surat keterangan dari perusahaan sebagai izin yang sudah ditanda tangani kepala cabang untuk menawarkan produk kepada konsumen pegadaian yang dituju. Selain surat izin, marketer juga membawa brosur dan katalog produk. Mekanisme ini dirasa mampu untuk meningkatkan ataupun menambah angka penjualan Astra Motor Klaten.

2. Mengadakan Voucher

Promosi yang dilakukan Astra Motor Klaten mengadakan *voucher* dengan memberikan hal- hal yang menarik mengenai produk melalui

voucher khusus. Biasanya calon konsumen banyak menanyakan jika membeli produk Honda di Astra Motor Klaten akan mendapatkan apa saja selain diskon – diskon yang ada.

Mekanisme pemberian *voucher* khusus seperti pemberian *voucher* gratis servis untuk dua bulan pertama jika konsumen membeli produk Honda di Astra Motor Klaten. Selain itu, Sales juga menawarkan *voucher* gratis mencuci motor jika konsumen melakukan servis di Astra Motor Klaten. Cara ini dirasa mampu untuk menarik minat para konsumen pada promo – promo yang diberikan.

3. Memberikan *reward*/Hadiah

Hadiah promosi adalah strategi peningkatan kesadaran dan penjualan. Seperti yang diberikan oleh perusahaan Astra Motor Klaten, Yaitu memberikan hadiah berupa kupon, stiker, jaket bahkan masih banyak yang lainnya. Pemberian hadiah tersebut dilakukan untuk menarik minat lebih konsumen lainnya yang ingin membeli produk dari perusahaan tersebut.

B. Kendala dan Solusi Promosi Penjualan

Terlepas dari kegiatan promosi penjualan yang dilakukan beberapa perlu diperhatikan saat melakukan *canvassing* dan pameran. Beberapa kendala yang perlu diperhatikan :

1. Desain Stand kurang menarik

Perlu diperhatikan selain memilih lokasi yang strategis, Ada hal yang kurang menarik yaitu pada saat pameran *banner* yang digunakan kumuh serta kurang layak untuk ditampilkan pada saat pameran dan spanduk yang digunakan terdapat tanggal yang ditutupi dengan lakban . Solusinya adalah memperbarui atau mencetak spanduk yang menarik pada saat pelaksanaan pameran, Hal tersebut membuat calon konsumen lebih merasa tertarik dengan adanya desain banner baru yang lebih menarik.

2. *Sales* kurang mampu mencapai target penjualan

Pemilihan personil/*sales* juga harus diperhatikan saat mengadakan pameran. Sikap ini sangat penting karena berhadapan langsung dengan calon konsumen membawa nama perusahaan. Perlu diperhatikan untuk *Sales* yang sedang melakukan training saat bertemu langsung dengan calon konsumen yang datang *Sales* menawarkan produk dengan sikap ramah, senyum dan menjelaskan detail produk ke calon konsumen. Solusinya yaitu dengan cara mengombinasikan *Sales* lama/*senior* dengan *Sales* yang sedang melakukan training dan melakukan pelatihan sebelum kegiatan pameran dilaksanakan, Sehingga cara tersebut lebih mengantisipasi hal yang tidak di inginkan oleh perusahaan.