

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan perkembangan industri yang sangat pesat maka tentu saja semakin banyak sarana pendukung yang diperlukan. Salah satunya adalah mobil, yang merupakan sarana transportasi yang penting untuk memindahkan barang atau orang dari satu tempat ke suatu tempat tujuan. Mobil merupakan salah satu jenis kendaraan yang sangat dibutuhkan oleh manusia, baik dari masyarakat kalangan atas maupun menengah kebawah. Kebutuhan akan mobil bisa muncul dari diri seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari atau sebagai makhluk sosial dimana manusia tidak terlepas dari kebutuhan untuk berinteraksi dengan sesama.

Teknologi dan ilmu pengetahuan yang berkembang pesat memberikan dampak nyata pada perkembangan produk otomotif yang dihasilkan. Karena itu akan semakin banyak variasi produk yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Ini terbukti pada munculnya produk-produk audio mobil yang semakin berkembang. Hal ini dapat dilihat dari makin canggihnya produk-produk audio mobil dengan jenis dan bentuk yang beraneka ragam yang terdapat pada toko-toko audio mobil.

Dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut menimbulkan persaingan yang semakin ketat antara toko audio mobil. Oleh

karena itu setiap perusahaan harus berusaha menarik perhatian konsumen. Salah satu aspek yang perlu diperhatikan untuk merebut hati konsumen adalah dengan melaksanakan program promosi. Promosi memegang peranan penting dalam mengkomunikasikan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen.

Perusahaan dapat mengembangkan kombinasi dan alat-alat dalam bauran promosi yang terdiri dari advertising, sales promotion, personal selling, public relation dan direct marketing. Kombinasi yang tepat dari bauran promosi akan memungkinkan perusahaan untuk mencapai penjualan yang optimal. Personal Selling merupakan salah satu unsur dalam bauran promosi yang mengandung unsur biaya terbesar namun berpengaruh kuat terhadap proses pembelian konsumen.

Audio mobil termasuk kategori special goods dalam consumer goods. Bagi penjualan produk yang termasuk dalam specialty goods, alat promosi yang paling efektif digunakan adalah Personal Selling.

Personal Selling merupakan alat promosi yang paling utama dan paling nyata terlihat dalam penjualan produk audio mobil, karena dalam proses pembelian biasanya prospek (calon pembeli) akan mempertimbangkan dengan matang dan hati-hati sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli. Dalam keadaan ini salesperson (wiraniaga) dapat membujuk, mempengaruhi dan mengarahkan konsumen dengan melakukan presentasi yang menarik untuk memberikan informasi tentang produk, manfaat, atribut, dan penggunaannya. Mereka bahkan dapat meyakinkan prospek bahwa produk yang ditawarkan sesuai

dan tepat bagi prospek, sehingga prospek tidak berubah pikiran dan yakin untuk melakukan pembelian.

Dengan semakin meluasnya aktivitas yang dilakukan oleh salesperson, maka perusahaan harus dapat mengelola salespersonnya dengan baik sehingga aktivitas yang dilakukan oleh salesperson efektif untuk mencapai penjualan. Aktivitas Personal Selling ini akan semakin efektif jika didukung pula oleh alat promosi yang lain.

Berdasarkan uraian diatas, tentang penjualan produk audio mobil yang kini banyak pesaing bermunculan dan dibutuhkan salesperson untuk melakukan penjualan maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Peranan Personal Selling Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Indra Accessories Di Purwokerto“.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Dalam melaksanakan penelitian ini timbul beberapa masalah yang dapat diidentifikasi dan dirumuskan sebagai berikut :

Identifikasi Masalah :

Persaingan yang semakin ketat membuat angka penjualan menurun.

Keadaan ini menuntut Indra Auto Accessories untuk merancang strategi baru dalam usaha meningkatkan volume penjualan, salah satu caranya yaitu dengan personal selling.

Rumusan Masalah :

1. Bagaimana pelaksanaan Personal selling yang dilakukan oleh Indra Auto Accessories.
2. Bagaimana peranan personal Selling terhadap peningkatan volume penjualan pada Indra Auto Accessories di Purwokerto.

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah maka tujuan penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan Personal Selling yang dilakukan oleh Indra Auto Accessories.
2. Untuk mengetahui peranan Personal Selling terhadap peningkatan volume penjualan pada Indra Auto Accessories di Purwokerto.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan, hasilnya diharapkan bisa bermanfaat bagi :

1. perusahaan
Sebagai masukan yang berguna dalam merancang dan mengelola salespersonnya sehingga dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan.
2. akademis
- untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan mengenai penerapan promosi, khususnya Personal Selling.

- untuk memberi manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan dalam memahami Manajemen Pemasaran pada umumnya dan Personal Selling pada khususnya, serta hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar studi perbandingan maupun dasar penelitian lebih lanjut.