

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Tingkat persaingan dunia usaha yang semakin tinggi membuat pengusaha harus semakin pandai dalam menerapkan strategi bisnis untuk mempertahankan kelangsungan usahanya.

Untuk menghadapi persaingan ini memaksa perusahaan untuk berorientasi pada bidang pemasaran. Kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan adalah untuk memuaskan konsumen. Sehingga dapat dikatakan bahwa pemasaran memegang peranan penting dalam perusahaan dalam meningkatkan penjualan.

Pada perusahaan yang bergerak di bidang otomotif ini sangat dibutuhkan penetapan rencana yang tepat agar dalam usahanya melepas barang dagangannya ke pasar, barang tersebut bisa diterima oleh masyarakat tanpa mengurangi tingkat pendapatan yang diterima perusahaan. Banyaknya jenis barang dagang yang belakangan ini harganya sedikit demi sedikit meningkat membuat perusahaan harus menemukan solusi yang tepat untuk menghadapi keadaan seperti ini.

Namun sangatlah sulit untuk tetap mengharapkan pendapatan pada tingkat yang tetap dalam keadaan sekarang ini. Banyak perusahaan yang sulit untuk mempertahankan pendapatan mereka secara konsisten, apalagi bila perusahaan ingin meningkatkan pendapatan mereka walaupun pada kenyataannya barang dagang yang dipasarkan telah memiliki kualitas yang memenuhi standar.

Biaya pemasaran yang tinggi membuat keputusan untuk melepas harga ke pasar menjadi sangat sulit apalagi mengingat semakin menjamurnya perusahaan

dealer sekarang ini. Agar perusahaan dapat terus mempertahankan keberadaan penjualan dipasaran, maka diperlukan suatu cara untuk mengatasinya. Salah satu cara yang dapat digunakan ialah dengan dilakukannya kegiatan pemasaran agar barang dagang tersebut dapat bersaing dengan barang dagang sejenis lainnya.

Dalam melakukan kegiatan pemasaran diperlukan sejumlah biaya yang disebut biaya pemasaran. Dengan makin ditingkatkannya kegiatan pemasaran, maka semakin tinggi biaya yang dikeluarkan. Semakin tinggi biaya pemasaran, volume penjualan diharapkan akan meningkat dan laba diharapkan dapat meningkat juga.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada dealer Yamaha Aneka Jasa Bandung dan mencoba membahas masalah ini dalam penulisan skripsi dengan judul: **PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA CV. ANEKA JASA MOTOR BANDUNG**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang dapat diambil adalah:

1. Bagaimana biaya promosi pada Yamaha Aneka Jasa Bandung?
2. Bagaimana volume penjualan Yamaha Aneka Jasa Bandung?
3. Berapa besar pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan di Yamaha Aneka Jasa Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui biaya promosi pada Yamaha Aneka Jasa Bandung.
2. Untuk mengetahui volume penjualan pada Yamaha Aneka Jasa Bandung
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan di Yamaha Aneka Jasa Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi:

1. Perusahaan
Hasil penelitian ini dapat menjadi usulan dan masukan yang baik dalam perkembangan perusahaan yang diteliti di masa yang akan datang.
2. Bagi peneliti selanjutnya
Kegunaan dari penelitian ini diharapkan akan menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya, serta menambah data/informasi terkait biaya promosi serta pengaruhnya terhadap volume penjualan.
3. Bagi Penulis
 - Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai biaya promosi dan volume penjualan.
 - Sebagai perbandingan antara teori yang diperoleh selama studi dan praktik di perusahaan.
 - Diharapkan juga dapat menjadi referensi bagi akademisi dalam penyusunan skripsi sehingga dapat dikembangkan dalam penelitian selanjutnya.

1.5 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Januari sampai dengan selesai. Tempat penelitian dilaksanakan pada perusahaan dealer "Yamaha Aneka Jasa Bandung" yang bergerak dalam bidang otomotif terutama motor berlokasi di jalan Ibu Inggit Garnasih, Bandung.

