

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tingkat persaingan bisnis di era globalisasi seperti sekarang ini semakin ketat. Hal ini mengakibatkan semakin banyak usaha yang muncul dalam berbagai bidang. Perkembangan dalam dunia usaha bisa dijadikan sebagai gambaran mengenai kesejahteraan masyarakat yang semakin meningkat. Kesejahteraan yang meningkat akan meningkatkan daya beli masyarakat selaku konsumen. Tetapi, perkembangan tersebut juga menyebabkan timbulnya persaingan yang semakin ketat pada suatu bidang usaha. Perusahaan yang pada mulanya memiliki pangsa pasar yang besar dan daerah pemasaran yang luas, kini dituntut untuk bekerja lebih efisien dan efektif serta tanggap mengantisipasi pasar yang akan mereka jajaki baik pada saat ini maupun di masa yang akan datang.

Suatu perusahaan berdiri dengan tujuan untuk memperoleh laba sebanyak-banyaknya. Laba yang tinggi bisa diperoleh dengan meningkatkan penjualan produk. Jika penjualan meningkat maka laba akan meningkat pula. Penjualan menjadi peran yang sangat penting bagi keberlangsungan suatu usaha, naik turunnya penjualan biasanya dijadikan sebagai alat penilaian apakah sebuah bisnis berjalan lancar atau tidak. Dengan penjualan yang terus meningkat, maka suatu perusahaan dapat terus berkembang.

Perusahaan – perusahaan di bidang usaha yang sama saling berlomba untuk menarik konsumen dengan tujuan dapat meningkatkan penjualannya. Perusahaan membutuhkan beberapa kebijakan untuk mencapai tujuan tersebut. Kebijakan yang dapat meningkatkan penjualan suatu perusahaan dimulai dari membuat produk semenarik mungkin hingga memperhatikan strategi pemasarannya.

Untuk menerapkan kebijakan tersebut, terdapat faktor – faktor pendukung yang harus diperhatikan. Dalam bisnis penjualan sepeda motor baru, faktor-faktor yang mendukung penjualan diantaranya dengan

menetapkan batas minimum uang muka, memberikan bonus maupun potongan harga, dan melakukan kegiatan promosi atau periklanan. Dalam penelitian ini, penulis memilih 3 faktor penting yang dapat mempengaruhi tingkat penjualan, yaitu : diskon, uang muka, dan promosi

Menurut Kortler dan Armstrong (2016) diskon adalah pengurangan biaya langsung pada pembelian selama periode waktu tertentu. Diskon atau biasa disebut potongan harga yang diberikan penjual kepada pembeli. Manfaat diskon bagi konsumen adalah memberikan kesempatan untuk mendapatkan produk dengan harga lebih murah. Sedangkan bagi penjual, diskon dapat menarik minat pembeli sehingga dapat meningkatkan penjualan.

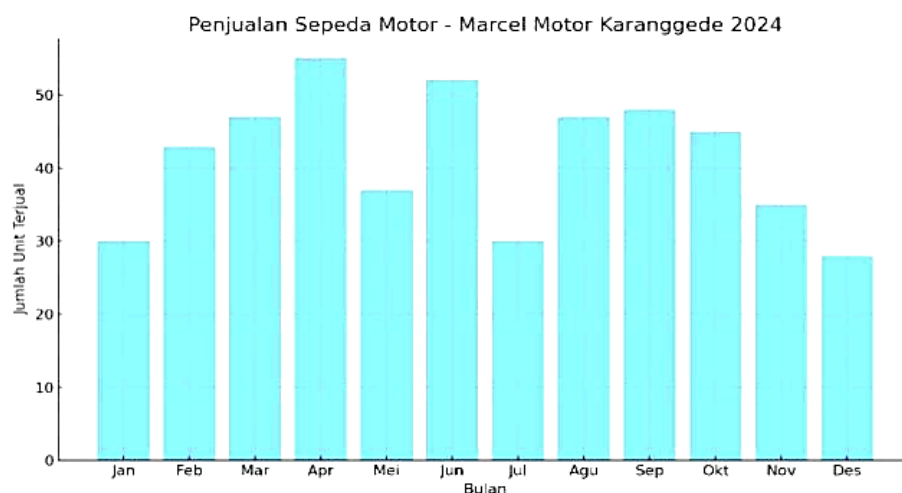
Selanjutnya adalah uang muka, Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesi (KBBI), uang muka adalah uang yang dibayarkan di muka (sebagai tanda jadi, panjar, atau persekot) dalam suatu transaksi, seperti : pembelian barang atau properti. Uang muka juga bisa diartikan sebagai pembayaran sebagian di awal sebagai jaminan atau tanda keseriusan pembeli sebelum pelunasan penuh. Uang muka menjadi salah satu faktor pendukung untuk meningkatkan penjualan, namun dalam penetapan batas minimalnya harus disesuaikan dengan kondisi perusahaan selaku penjual dan kondisi kemampuan pembeli.

Menurut Sholikhah (2021), promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mengenal, menyukai, dan akhirnya membeli produk yang ditawarkan perusahaan. Fungsi dari kegiatan promosi adalah sebagai sarana komunikasi antara perusahaan dan para konsumen guna memberikan informasi tentang produk yang akan dipasarkan. Promosi atau biasa disebut periklanan menjadi faktor utama dalam hal menarik minat konsumen yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan.

Industri otomotif merupakan salah satu bidang usaha di Indonesia yang mengalami pertumbuhan yang signifikan. Hal ini disebabkan oleh banyaknya masyarakat yang menganggap kendaraan sudah seperti kebutuhan untuk memudahkannya beraktifitas sehari - hari. jika dulu masyarakat masih banyak yang mau menggunakan transportasi umum, namun untuk sekarang

ini masyarakat lebih cenderung memilih menggunakan kendaraan pribadi. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2022), sepeda motor menjadi kendaraan yang paling di minati masyarakat di Indonesia. sehingga, banyak perusahaan seperti dealer motor semakin mudah ditemukan.

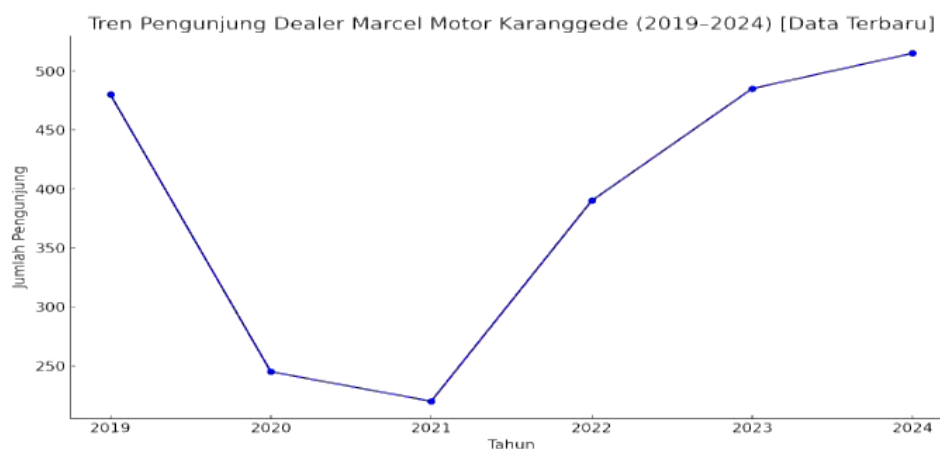
Salah satunya yaitu Dealer Marcel Motor, merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jual beli motor baru maupun bekas baik secara kredit maupun cash. Dealer Marcel Motor sudah berdiri sejak tahun 2016. Perusahaan ini sudah memiliki 3 cabang, salah satunya beralamatkan di Kecamatan Karanggede, Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah. Selama 9 tahun berdiri tentunya banyak perubahan yang terjadi pada kondisi perusahaan mengingat semakin banyaknya pesaing yang muncul. Perubahan tersebut diharapkan dapat mendorong perusahaan untuk terus berkembang demi mempertahankan keberlangsungan hidupnya.



Gambar 1. 1 Diagram Data Penjualan Motor Dealer Marcel Motor 2024
Sumber : Dealer Marcel Motor (2024)

Grafik diatas menjelaskan bahwa terjadi fluktuasi jumlah unit yang terjual setiap bulannya. Penjualan tertinggi tercatat pada bulan April dengan jumlah unit yang terjual lebih dari 50 unit, diikuti oleh bulan Juni dan Maret. Sementara itu, penjualan terendah terjadi pada bulan Desember dan Juli, dengan jumlah unit yang terjual kurang dari 30 unit. Secara keseluruhan,

penjualan mengalami peningkatan pada kuartal pertama hingga mencapai puncak pada kuartal kedua, kemudian mengalami penurunan yang relatif stabil hingga akhir tahun. Hal ini menunjukkan adanya pola musiman dalam penjualan yang dapat menjadi bahan pertimbangan untuk perencanaan strategi pemasaran dan penjualan ke depannya.



Gambar 1. 2 Kurva Pengunjung Dealer Marcel Motor 2024
Sumber : Dealer Marcel Motor, 2024

Berdasarkan grafik jumlah pengunjung Dealer Marcel Motor Karanggede Boyolali dari tahun 2019 hingga 2024, terlihat adanya dinamika yang cukup signifikan. Pada tahun 2019, jumlah pengunjung tercatat sekitar 490 orang. Namun, pada tahun 2020 dan 2021, terjadi penurunan masing-masing sekitar 250 dan 220 orang, yang diduga kuat dipengaruhi oleh pandemi COVID-19 serta terbatasnya aktivitas promosi langsung yang dapat dilakukan pada masa tersebut.

Mulai tahun 2022, terdapat peningkatan signifikan dalam jumlah pengunjung, yang sejalan dengan adanya program promosi yang dilakukan oleh dealer. Berbagai kegiatan promosi seperti pameran kendaraan, diskon

husus, iklan di media sosial, dan program undian berhadiah mulai rutin dilakukan, sehingga jumlah pengunjung meningkat menjadi sekitar 390 orang pada tahun 2022. Peningkatan tren ini terus berlanjut hingga tahun 2023 dengan 470 pengunjung, dan mencapai puncaknya pada tahun 2024 dengan total 515 pengunjung.

Permasalahan ini menunjukkan bahwa kegiatan promosi memiliki peran yang sangat penting dalam menarik minat calon konsumen untuk mengunjungi dealer. Dengan kata lain, semakin gencar dan kreatif strategi promosi yang dilakukan, maka jumlah kunjungan ke dealer cenderung mengalami peningkatan. Keberhasilan promosi juga terlihat dari pertumbuhan yang stabil sejak promosi ditingkatkan pasca pandemi. Hal ini menegaskan bahwa promosi yang efektif mampu mengembalikan minat pasar yang sempat menurun.

Uraian di atas menunjukkan betapa pentingnya sistem dan strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan. Perusahaan akan mengalami peningkatan laba jika jumlah penjualan meningkat, dan sebaliknya. Dengan demikian, strategi untuk meningkatkan penjualan suatu perusahaan dimulai dari bagaimana suatu perusahaan menjadikan produk berkualitas hingga bagaimana produk tersebut dipasarkan. Adanya penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana ketiga aspek di atas berkontribusi terhadap upaya meningkatkan penjualan di dealer tersebut. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi pengembangan strategi pemasaran yang efektif.

Dengan penetapan batas minimum uang muka yang tepat, pemberian diskon, dan bentuk promosi yang menarik dapat mendorong minat calon konsumen untuk membeli produk di perusahaan tersebut. Oleh karena itu, memahami peran promosi, diskon, dan uang muka terhadap tingkat penjualan menjadi hal yang krusial bagi perusahaan seperti Dealer Marcel Motor di Karanggede Boyolali.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul penelitian "**Pengaruh Diskon, Uang Muka, dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Pada Dealer Marcel Motor Di Karanggede Boyolali**"

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis mencoba merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh diskon terhadap tingkat penjualan pada Dealer Marcel Motor di Karanggede Boyolali?
2. Bagaimana pengaruh penetapan batas minimum uang muka terhadap tingkat penjualan pada Dealer Marcel Motor di Karanggede Boyolali?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap tingkat penjualan pada Dealer Marcel Motor di Karanggede Boyolali?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisa bagaimana pengaruh diskon terhadap tingkat penjualan pada Dealer Marcel Motor di Karanggede Boyolali.

2. Untuk menganalisa bagaimana pengaruh penetapan batas minimum uang muka terhadap tingkat penjualan pada Dealer Marcel Motor di Karanggede Boyolali.
3. Untuk menganalisa bagaimana pengaruh promosi terhadap tingkat penjualan pada Dealer Marcel Motor di Karanggede Boyolali.

D. Manfaat Penelitian

Penulis mengharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak, diantaranya seperti :

1. Teoritis

Melalui hasil penelitian ini nantinya dapat memberikan kontribusi terhadap penelitian-penelitian selanjutnya dan meningkatkan kekuatan beberapa penelitian terdahulu mengenai tingkat penjualan, promosi, diskon, dan penetapan uang muka.

2. Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memecahkan masalah juga menjadi masukan mengenai seberapa berpengaruh diskon, uang muka, dan promosi terhadap tingkat penjualan.