

IV. PEMBAHASAN

4.1 Kegiatan Promosi Perusahaan

Promosi pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bisa menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Adapun tujuan dari perusahaan melakukan promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi, membujuk, dan mengingatkan pelanggan tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.

Dalam melakukan promosi agar dapat efektif perlu adanya bauran promosi, yaitu kombinasi yang optimal bagi berbagai jenis kegiatan atau pemilihan jenis kegiatan promosi yang paling efektif dalam meningkatkan penjualan. Terdapat 5 (lima) kegiatan promosi yang dapat dilakukan oleh perusahaan, yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan pribadi (*personal selling*), publisitas (*publicity*) dan pemasaran langsung (*direct marketing*).

Adapun kegiatan promosi PT Tunas Mobilindo Perkasa cabang Lampung adalah sebagai berikut:

4.1.1 Periklanan

Iklan adalah setiap bentuk presentasi dan promosi non-personal atas ide, barang atau jasa oleh sponsor tertentu dengan menggunakan media tertentu.

Media yang sering digunakan untuk periklanan (*advertising*) bisa melalui surat kabar, majalah, *email*, televisi, radio, bioskop, papan reklame, *car card*, lampu-lampu, brosur, *telephone* dan sebagainya. Iklan yang dilakukan perusahaan lebih banyak ditujukan untuk meningkatkan bagian pasar memperoleh merek individual dari penjual.

Tujuan kegiatan periklanan pada PT Tunas Mobilindo Perkasa cabang Lampung adalah:

- a. Untuk menyampaikan informasi kepada pelanggan tentang keunggulan dan kebaikan produk Daihatsu.
- b. Untuk membujuk dan mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian secara rasional dan ekonomis.
- c. Untuk mengingatkan konsumen agar tetap ingat akan produk yang ditawarkan oleh PT Tunas Mobilindo Perkasa cabang Lampung dan berusaha agar meningkatkan pemakaian produk.
- d. Untuk menciptakan dan membuat kesan yang menimbulkan citra positif terhadap produk yang ditawarkan perusahaan.

Berdasarkan fakta yang ditemukan dilapangan, PT Tunas Mobilindo Perkasa cabang Lampung dalam kegiatan promosi pada tahun 2013 menggunakan media tulisan dan media non-tulisan. Media tulisan yang digunakan oleh perusahaan adalah surat kabar dan brosur, sedangkan untuk media non-tulisan perusahaan

menggunakan radio. Perusahaan menggunakan jasa surat kabar di Lampung seperti Tribun Lampung dan Lampung post. Sedangkan untuk penggunaan media radio, perusahaan bekerjasama dengan Star FM.

4.2.2 Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan merupakan salah satu cara untuk mempengaruhi konsumen secara lebih langsung untuk lebih tertarik dengan merek produk perusahaan. Promosi penjualan memberikan suatu keuntungan daripada kegiatan periklanan karena tidak adanya ketergantungan untuk menggunakan media tertentu dalam pelaksanaannya. Selain itu biasanya dilaksanakan dalam bentuk peragaan, demonstrasi, pameran maupun potongan harga sehingga dapat menarik perhatian konsumen yang ada disekitarnya.

Beberapa kegiatan promosi penjualan yang dilakukan PT Tunas Mobilindo Perkasa cabang Lampung pada tahun 2013, antara lain:

1. Pelaksanaan pameran (*exhibition*), dalam pelaksanaannya PT Tunas Mobilindo Perkasa menjalankan 2 tipe pameran yaitu:
 - a. Pameran bergerak (*move exhibition*) adalah pameran yang dilakukan oleh PT Tunas Mobilindo Perkasa dengan mengadakan *tour* ke daerah-daerah Lampung yang telah menjadi target market mereka dengan menggunakan *test drive* perusahaan sebagai identitas dalam perjalanan mereka, tujuan dari pameran bergerak ini adalah memperkenalkan mobil Daihatsu kepada masyarakat di daerah-daerah yang telah ditetapkan oleh pihak perusahaan. PT Tunas Mobilindo Perkasa selama tahun 2013 melakukan *move exhibition* di daerah Lampung Barat.

- b. Pameran tidak bergerak (*pasif exhibition*) adalah pembukaan stan di setiap tempat-tempat yang menurut departemen penjualan adalah tempat konsentrasi masyarakat berkumpul. Contoh pameran tidak bergerak adalah pusat-pusat perbelanjaan, *event-event* yang diselenggarakan daerah dll.
2. *Showroom event*, yaitu kegiatan promosi penjualan yang dilakukan di lingkungan *showroom*.
3. Potongan harga, yaitu PT Tunas Mobilindo Perkasa cabang Lampung memberikan penawaran-penawaran khusus berupa potongan harga kepada para calon konsumen. Biasanya potongan harga yang diberikan PT Tunas Mobilindo Perkasa cabang Lampung dilaksanakan ketika mendekati hari-hari raya keagamaan.

4.2.3 Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Penjualan pribadi atau *personal selling* merupakan salah satu bentuk kegiatan promosi yang kegiatannya berupa interaksi secara langsung antara satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan melakukan penjualan. Pada umumnya perusahaan yang bergerak dalam bisnis penjualan barang industri lebih mengutamakan kegiatan penjualan pribadi daripada menggunakan media periklanan dalam kampanye promosinya.

PT Tunas Mobilindo Perkasa cabang Lampung tidak hanya melakukan kegiatan promosi atau penjualan di dalam *dealer* saja, tetapi benar-benar memanfaatkan *sales force* yang ada sebagai bagian dari kegiatan penjualan pribadi (*personal selling*). Biasanya kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh sales PT Tunas Mobilindo Perkasa cabang Lampung berupa pameran-pameran, *gathering*, dan

penyebaran brosur. Berikut ini adalah kegiatan-kegiatan promosi dan *personal selling* PT Tunas Mobilindo Perkasa cabang Lampung:

1. Pameran (*Exhibition*)

Pameran merupakan kegiatan yang biasa dilakukan PT Tunas Mobilindo Perkasa cabang Lampung untuk memperkenalkan produk-produk Daihatsu yang ditawarkan langsung ke calon konsumen. Produk Daihatsu yang akan dipamerkan ditempatkan ditempat yang telah ditentukan sebelumnya. Pada tahun 2013 *Salesmen* PT Tunas Mobilindo Perkasa cabang Lampung melakukan beberapa pameran yang di selenggarakan di Bandar Lampung, seperti di Mall Robinson, the café, Chandra Supermarket Way Halim, Perum Citra Garden, dan Bank Lampung. Sedangkan pameran yang dilakukan di luar daerah Bandar lampung adalah di Lampung barat, Lampung Timur dan Pringsewu.

2. *Gathering*

yaitu temu sapa yang dilakukan di lingkungan *showroom* dengan para konsumen dan masyarakat dengan tujuan mempererat hubungan antara pihak konsumen dengan perusahaan dan menciptakan citra yang positif bagi masyarakat atau konsumen terhadap perusahaan. Umumnya tema acara *gathering* yang dilakukan oleh perusahaan adalah hiburan dan acara makan siang bersama konsumen dengan membuka stan-stan makanan yang telah disewa oleh pihak perusahaan.

3. Penyebaran Brosur (*Direct Mail*)

Merupakan suatu pendekatan yang dilakukan dengan cara penyebaran atau menyampaikan brosur langsung ke calon konsumen. Brosur biasanya

disebarkan langsung ke rumah-rumah, didalam *dealer* atau disebarluaskan pada saat *event* atau pameran *outlet*. Brosur biasanya berisi informasi-informasi mengenai jenis dan tipe produk, harga jual, uang muka, jumlah, dan besar angsuran, nama perusahaan leasing, atau bahkan brosur juga ada yang berisi informasi dan data-data spesifikasi produk. Sebelum melakukan kegiatan penyebaran brosur, sales PT Tunas Mobilindo Perkasa cabang Lampung memperhatikan beberapa hal, misalnya:

- a. Pengumpulan *data base* pelanggan misalnya data penghuni perumahan, perkantoran dan lain-lain.
- b. Pembuatan material yang menarik.
- c. Penawaran yang menarik misalnya kemudahan dalam pembelian.
- d. Pengaturan pengiriman dan penyebaran.

Prinsip tujuan *personal selling* yang diterapkan oleh tenaga penjual PT Tunas Mobilindo Perkasa cabang Lampung adalah :

1. Meningkatkan penjualan produk.

Personal Selling yang dilakukan PT Tunas Mobilindo Perkasa cabang Lampung dapat berdampak terhadap penjualan, jika promosi yang dilakukan perusahaan ditingkatkan maka penjualan produk juga akan meningkat, hal ini didasarkan pada *personal selling* yang dilakukan untuk menarik perhatian konsumen dalam memenuhi keinginan atau kebutuhannya.

2. Memperkenalkan produk kepada konsumen.

PT Tunas Mobilindo Perkasa cabang Lampung dalam memperkenalkan produk kepada konsumen berusaha mencari celah untuk memenangkan pasar dan membangkitkan kesadaran akan merek (*brand awareness*), citra merek

(*brand image*), citra perusahaan (*corporate image*), membujuk khalayak untuk membeli produk yang ditawarkan.

4.1.4 Publisitas (*Publicity*)

Publisitas merupakan fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap sistem, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur organisasi demi kepentingan perusahaan, program aksi dan komunikasi untuk membentuk pemahaman dan ekseptansi publik. Publikasi merupakan rangsangan terhadap permintaan akan barang atau jasa dengan cara memuat berita yang mempunyai arti komersial dalam suatu media seperti radio, TV, atau pertunjukan yang tidak dibayar oleh sponsor.

PT Tunas Mobilindo Perkasa cabang lampung belum menerapkan publisitas dalam kegiatan promosinya, terlihat dari belum adanya berita yang terdapat pada surat kabar dan radio mengenai perusahaan.

4.2.5 Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Program *direct marketing* merupakan sistem pemasaran interaktif yang menggunakan berbagai media komunikasi untuk meningkatkan respon langsung yang sifatnya spesifik dan terukur. Metode-metode pemasaran langsung meliputi catalog, pos, *e-mail*, televisi, internet, dan lain-lain.

PT Tunas Mobilindo Perkasa cabang Lampung telah melaksanakan kegiatan pemasaran langsungnya dengan menyediakan katalog produk yang di tempatkan di *showroom*.

Berdasarkan pembahasan diatas dapat disajikan ringkasannya dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1: Perbandingan Teori dan Pelaksanaan Promosi pada PT Tunas Mobilindo Perkasa cabang Lampung

No	Rincian kegiatan	Teori pelaksanaan	Pelaksanaan perusahaan	Kesimpulan
1	Promosi penjualan	Media utama <ul style="list-style-type: none"> - Hadiah - Undian - Potongan harga - Pameran 	Media utama <ul style="list-style-type: none"> - Pameran - Potongan harga 	Belum sepenuhnya berjalan dengan baik
	Periklanan	Media utama <ul style="list-style-type: none"> - Koran - Majalah - Spanduk - Televisi - Radio - Brosur 	Media utama <ul style="list-style-type: none"> - Koran - Radio - Brosur 	Sudah dilaksanakan dengan cukup baik
	Penjualan pribadi	Presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan	<ul style="list-style-type: none"> - Pertemuan langsung dengan pelanggan yang dilaksanakan oleh sales. - Gathering. 	Sudah dilaksanakan dengan cukup baik
	Publisitas	Pendorong permintaan secara pribadi secara non-pribadi untuk suatu produk, jasa atau ide dengan menggunakan berita komersial di dalam media massa dan sponsor tidak dibebani sejumlah bayaran secara langsung	Belum terlaksana	Belum terlaksana
	Pemasaran langsung	Media utama <ul style="list-style-type: none"> - Katalog - Televisi - Internet - Fax - E-mail, dll 	Media utama : <ul style="list-style-type: none"> - Katalog 	Belum sepenuhnya berjalan dengan baik

Sumber: Basu Swastha dan Irawan (2008:350), PT Tunas Mobilindo Perkasa cabang Lampung2014

Tabel 4.1 memperlihatkan kegiatan promosi yang telah dilaksanakan PT Tunas Mobilindo Perkasa cabang Lampung pada tahun 2013. Kegiatan-kegiatan promosi yang dilaksanakan PT Tunas Mobilindo Perkasa cabang Lampung pada tahun

2013 adalah kegiatan periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan pribadi (*personal selling*) dan pemasaran langsung (*direct marketing*).

Untuk kegiatan periklanan (*advertising*), PT Tunas Mobilindo Perkasa cabang Lampung menggunakan 2 (dua) media periklanan, yaitu surat kabar (media tulis) dan radio (media non-tulis). Untuk kegiatan promosi penjualan (*sales promotion*), PT Tunas Mobilindo Perkasa cabang Lampung melaksanakan 2 (dua) kegiatan yang berkaitan dengan promosi penjualan, kegiatan-kegiatan tersebut antara lain pameran dan potongan harga. Untuk penjualan pribadi (*personal selling*), PT Tunas Mobilindo Perkasa cabang Lampung menggunakan tenaga sales untuk berinteraksi secara langsung dengan calon konsumen. sedangkan untuk kegiatan pemasaran langsung (*direct marketing*), PT Tunas Mobilindo Perkasa cabang Lampung menggunakan media katalog.