

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Promosi dan iklan adalah salah satu sumber utama dalam mendorong penjualan suatu produk, termasuk di bisnis industri otomotif. Dalam suatu dunia bisnis yang kompleks, sebuah perusahaan harus memiliki suatu strategi pemasaran yang efektif dalam mendapatkan perhatian konsumen serta mengambil kontribusi pada peningkatan angka penjualan. Dealer Tunas Daihatsu Lampung menerapkan strategi promosi dan iklan untuk mendapatkan perhatian konsumen serta meningkatkan volume penjualan.

Promosi yang diberikan dengan serbagai cara yaitu: diskon, bundling, langsung reward, dan pemasaran online pada media sosial dan *platform-commerce*. Sebaliknya, Iklan membantu dalam menciptakan kesadaran tentang merek dan mengembangkan sikap positif terhadap produk yang dipromosikan. Pengeluaran promosi dan iklan diperhitungkan sebagai beban promosi dalam laporan keuangan laporan laba rugi perusahaan. Beban pemasaran ini terbukti secara langsung mempengaruhi perhitungan laba bersih perusahaan, sebab peningkatan pengeluaran promosi diharapkan mampu memacu peningkatan penjualan dan akhirnya berkontribusi positif terhadap profitabilitas perusahaan.

Permasalahan efektivitas promosi bisa dilakukan melalui beberapa cara, seperti analisis *Return on Investment* (ROI) yang mengukur besarnya keuntungan yang diraih dibandingkan dengan beban yang dikeluarkan. Selain itu, analisis biaya-manfaat (*cost-benefit analysis*) juga dapat diterapkan untuk mengetahui seberapa jauh pengeluaran promosi dan iklan memberikan pengaruh terhadap tambahan pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Jika strategi promosi yang diterapkan dapat berhasil, maka penjualan akan meningkat secara signifikan dan memberikan kontribusi terhadap perbesaran perusahaan.

Selain itu, di akuntansi manajerial, hasil data keuangan digunakan oleh pihak manajemen untuk mengambil keputusan strategi promosi paling

menguntungkan. Dengan memperhitungkan margin kontribusi dan *point break-even*, perusahaan dapat menilai apakah strategi pemasaran yang digunakan selama ini sepenuhnya efektif menambah keuntungan atau bahkan menjadi beban tak produktif bagi perusahaan. Dengan demikian, penelitian mengenai pengaruh promosi dan iklan terhadap penjualan dan laba tidak hanya berkaitan dengan strategi pemasaran, tetapi juga dengan akuntansi dalam hal pencatatan keuangan, analisis profitabilitas, serta pengambilan keputusan berbasis data keuangan.

Setiap perusahaan, khususnya perusahaan yang bergerak dibidang otomotif, pastinya memiliki tujuan yang ingin dicapai. Berbagai macam tujuan perusahaan yang ingin dicapai diantaranya mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan memperoleh keuntungan yang besar bagi perusahaan serta mempertahankan konsumennya agar tidak pindah ke produsen lain. Keuntungan tersebut diperoleh melalui kegiatan operasional perusahaan maupun kegiatan insidental perusahaan. Dalam usaha untuk menentukan langkah-langkah maju agar sesuai dengan tujuan perusahaan yaitu memperoleh keuntungan semaksimal mungkin dengan potensi dan kemampuan yang maksimal.(Indriyani, 2023)

## **1.2 Ruang Lingkup Kerja Program KP**

Ruang lingkup dari lapangan kerja praktik yaitu pengaruh promosi dan iklan terhadap penjualan dealer tunas Daihatsu

## **1.3 Manfaat dan Tujuan**

Kerja praktik di Dealer Tunas Daihatsu Lampung dapat memberikan sejumlah manfaat signifikan bagi mahasiswa, khususnya dalam bidang pemasaran, keuangan, dan manajemen bisnis otomotif.

### **1.3.1 Manfaat**

Manfaat dari kerja praktik ini adalah:

1. Pihak Dealer Tunas Daihatsu Lampung dapat mengevaluasi efektivitas strategi promosi dan iklan yang diterapkan dalam meningkatkan volume penjualan serta mengoptimalkan penggunaan anggaran pemasaran.
2. Pihak Penulis dapat memperoleh pengalaman dalam melakukan analisis keuangan terkait beban promosi serta mengukur dampaknya terhadap laba perusahaan dengan pendekatan akuntansi manajerial.

3. Pihak Konsumen dapat memperoleh informasi mengenai efektivitas strategi promosi yang diterapkan oleh dealer, sehingga dapat mempertimbangkan keputusan pembelian kendaraan secara lebih rasional.

### **1.3.2 Tujuan**

Tujuan kerja praktik di Dealer Tunas Daihatsu Lampung ini adalah untuk memberikan manfaat bagi mahasiswa serta kontribusi nyata bagi perusahaan. Beberapa tujuan yang diharapkan dari program kerja praktik ini adalah:

1. Untuk mengetahui sistem promosi dan iklan yang diterapkan oleh Dealer Tunas Daihatsu Lampung.
2. Untuk menganalisis efektivitas strategi promosi dan iklan dalam meningkatkan volume penjualan.
3. Untuk memberikan rekomendasi strategi pemasaran berbasis data guna meningkatkan profitabilitas perusahaan.

### **1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan**

Waktu dan tempat pelaksanaan kerja praktik saya selama satu bulan dimulai dari tanggal 30 Januari – 27 Februari 2025. Waktu kerja di tunas Daihatsu Lampung mulai dari pukul 08.30-16.30 di Hari Senin – Jumat, dan di Hari Sabtu 08.30-14.30 WIB.

#### **1.4.1 Waktu Kerja Praktik**

Untuk waktu kerja praktik atau pelaksanaan kerja praktik dimulai dari tanggal 30 Januari – 27 Februari 2025. Waktu kerja di tunas Daihatsu Lampung mulai dari pukul 08.30-16.30 di Hari Senin – Jumat, dan di Hari Sabtu 08.30-14.30 WIB.

#### **1.4.2 Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik**

Tempat pelaksanaan kerja praktik pada tunas Daihatsu Lampung berlokasi di Jl. Way Layap No 999, Hajimena, Natar, Lampung Selatan

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam Laporan Kerja Praktik (KP) biasanya disusun secara sistematis untuk memastikan bahwa laporan mudah dipahami dan mencakup semua

informasi mengenai Kerja Praktik yang dilakukan. Struktur sistematika penulisan Laporan Kerja Praktik dari IIB Darmajaya terdiri dari:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisikan Latar Belakang program kerja praktik, ruang lingkup kerjapraktik, manfaat dan tujuan program kerja praktik, tempat dan waktu pelaksanaan program kerja praktik, serta sistematika penulisan.

#### **BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Berisikan Sejarah Perusahaan, visi dan misi, bidang usaha/kegiatan utama perusahaan, Lokasi Perusahaan, struktur organisasi.

#### **BAB III PERMASALAHAN PERUSAHAAN**

Berisikan permasalahan yang dihadapi Perusahaan, Landasan teori, rancangan program yang akan dilakukan.

#### **BAB IV HASIL & PEMBAHASAN**

Berisikan hasil dan pembahasan dari permasalahan pembahasan.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Berisikan mengenai Kesimpulan dari hasil dan pembahasan serta saran untuk perusaha.