

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan pendapatan atau laba maksimal tentunya perusahaan tersebut harus mampu meraih pasar yang seluas-luasnya. Melalui segmen pasar ini, perusahaan akan memasarkan produk-produk andalannya. Perusahaan dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kualitas yang diharapkan sehingga mampu mengatasi tantangan dari para pesaing terutama dalam bidang pemasaran produk yang sama. Pemasaran akan menjadi sebuah faktor yang terpenting dalam menciptakan dan menjual produk ke berbagai konsumen untuk menjaga agar perusahaan tetap bertahan dan terus melakukan pengembangan usahanya.

Situasi dan kondisi di era globalisasi ini memberikan tantangan yang begitu berat bagi semua perusahaan baik yang menghasilkan produk ataupun jasa. Hal ini terjadi karena semakin ketat persaingan perusahaan, baik dari segi kualitas produk yang dihasilkan maupun upaya mendapatkan konsumen dan memberikan kepuasan salah satunya adalah perusahaan yang bergerak di bidang produksi makanan dan minuman bernutrisi. Persaingan pemasaran terhadap produk yang dihasilkan semakin kompetitif, hal ini ditandai dengan munculnya perusahaan-perusahaan baru di Indonesia dan adanya impor produk dari luar negeri. Oleh karena itu unit pemasaran perusahaan harus bekerja ekstra dengan menciptakan

strategi pemasaran yang unggul serta berupaya untuk menguasai pasar sasaran yang diinginkan.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2012:47), pemasaran dapat pula diartikan sebagai upaya untuk menciptakan dan menjual produk kepada berbagai pihak dengan maksud tertentu. Oleh karena itu kegiatan pemasaran perusahaan bukan hanya sekedar menyampaikan barang dari produsen kepada konsumen akan tetapi bisa mempengaruhi konsumen untuk dapat menciptakan permintaan atas produk itu. Sedangkan alat yang digunakan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk dan mendorong masyarakat untuk melakukan pembelian salah satunya adalah melalui promosi. Produk yang berkualitas serta pemasaran yang efektif akan mendatangkan keuntungan/laba bagi perusahaan.

Untuk meningkatkan laba perusahaan tentunya volume penjualan perlu ditingkatkan. Menurut Basu Swastha (2007:17), volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan perusahaan, dan bukannya volume untuk kepentingan volume sendiri. Untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan harus memasarkan produknya dengan baik. Kegiatan pemasaran perusahaan akan sangat berpengaruh terhadap volume penjualan. Meningkatnya volume penjualan dapat dicapai jika strategi bauran pemasaran diterapkan dalam perusahaan dengan tepat.

Sebuah produk akan laku di pasaran jika konsumen mengetahui manfaat mutu atau kualitas dan kepuasan atas produk tersebut. Salah strategi yang mempengaruhi adalah kegiatan promosi. Menurut Freddy Rangkuti (2002:1), kegiatan promosi, bagi banyak perusahaan, merupakan kegiatan investasi yang

sangat kritis melalui kegiatan pemasaran kombinasi dari unsur-unsur promosi dikenal sebagai promotional mix atau bauran promosi yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, publisitas dan penjualan perseorangan / wiraniaga. Promosi merupakan upaya yang sangat penting untuk melakukan pemasaran atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Tanpa terlepas dari berbagai arti, jelas untuk kemajuan sebuah bisnis yang dibangun sudah pasti produk harus terjual kepada konsumen. Peningkatan promosi tentunya harus didukung dengan biaya promosi yang setara jika promosi gagal maka pemasaran produk akan tidak tepat dan dapat mengakibatkan kerugian.

Mengatasi hal tersebut perusahaan CV Hero Sukses Makmur merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman yang berisi yang berada di Kabupaten Poso terus berupaya melakukan perbaikan sistem pemasaran dan promosi agar mampu bertahan dan meraih pasar. Beberapa langkah promosi yang telah dilakukan seperti Advertensi yaitu suatu bentuk dorongan kepada para konsumen untuk memperoleh manfaat produk melalui media, dan Personal Selling yaitu penjualan oleh perorangan dengan satu atau lebih calon pelanggan dengan maksud mengadakan penjualan. Namun sejauh ini belum maksimal dilakukan dan masih terdapat kendala baik terhadap produk itu sendiri maupun sistem promosi yang dilakukan.

Dengan melihat permasalahan yang ada pada perusahaan CV Hero Sukses Makmur maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian terhadap **Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada CV Hero Sukses Makmur.**

## 1.2 Batasan Masalah

Dengan adanya berbagai masalah yang telah diuraikan di atas maka dalam penulisan penulis membatasi permasalahan yaitu mengenai Biaya Promosi dan Volume Penjualan yang akan dicapai pada CV Hero Sukses Makmur”.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

- 1 Apakah biaya promosi dapat meningkatkan volume penjualan CV Hero Sukses Makmur?
- 2 Bagaimanakah pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan CV Sukses Makmur pada tahun?

## 1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### 1.4.1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

- 1 Biaya promosi dapat meningkatkan volume penjualan CV Hero Sukses Makmur
- 2 Pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan CV Hero Sukses Makmur

### 1.4.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang dapat diharapkan dari penelitian ini antara lain

- 1 Manfaat Teoritis
  - a. Dapat digunakan sebagai bahan untuk menambah pengetahuan dan wawasan khususnya mengenai strategi

promosi serta pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan

- b. Dapat mengubah pola pikir kita untuk lebih kritis dan analitis dalam menghadapi masalah yang terjadi di dunia pemasaran

## 2 Manfaat praktis

- a. Menambah bahan informasi yang mungkin dapat digunakan bagi pihak manajemen pemasaran perusahaan untuk melaksanakan kegiatan promosi selanjutnya
- b. Memberikan ide ide atau informasi lainnya yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan pihak manajemen pemasaran perusahaan dalam menerapkan strategi promosi dalam usaha meningkatkan volume penjualan

