

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Dewasa ini perekonomian berkembang pesat, pentingnya promosi dan pemasaran juga merupakan poin terpenting dalam proses pertumbuhan perusahaan, kegiatan promosi harus dilaksanakan secara efektif guna meningkatkan volume penjualan jasa yang ditawarkan dan keuntungan perusahaan akan naik bila promosi dan pemasaran produk dilaksanakan secara efisien, oleh karena itu agar dapat menarik minat konsumen, maka perusahaan harus dapat menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat sesuai kondisi pasar yang dihadapi, fungsi promosi itu sendiri yaitu untuk mempengaruhi konsumen agar mereka kenal akan produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan, keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya.

Agar dapat mengembangkan usahanya perusahaan dituntut untuk mempunyai ketrampilan manajemen, hal tersebut bertujuan agar perusahaan dapat mengangkat dari manfaat kesempatan yang ada dipasar, kombinasi dari unsur-unsur promosi dikenal sebagai *promotional mix* atau bauran promosi yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, *personal selling* dan publisitas.

Agar produk yang ditawarkan berhasil maka perusahaan harus menggunakan konsep pemasaran yang meliputi manfaat, mutu atau kualitas, dan kepuasan antara kebutuhan dengan keinginan, sehingga perusahaan akan dapat mencapai target penjualan yang diinginkan, sedangkan suatu produk betapapun bermanfaat tetapi tidak dikenal dan diketahui oleh konsumen, maka perusahaan tersebut tidak akan diketahui kemanfaatannya. Sedangkan alat yang digunakan perusahaan untuk memperkenalkan produk dan mendorong masyarakat melakukan pembelian adalah promosi.

UD.Sabar motor Surakarta kurang memperhatikan keadaan para pesaing yang ada, dimana pada saat ini pesaing sangat ketat. Dengan semakin ketatnya persaingan menyebabkan perusahaan menghadapi masalah bagaimana cara agar perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan disertai peningkatan keuntungan. Berdasarkan uraian diatas, maka skripsi ini kami beri judul :

“ANALISIS PENGARUH *PROMOTIONAL MIX* TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA UD. SABAR MOTOR SURAKARTA “.

B. Batasan Masalah

Agar Penelitian ini tidak menyinggung dari tujuan penelitian maka perlu membatasi masalah hanya pada bauran *promotional mix* yang terdiri dari biaya iklan, biaya promosi penjualan dan biaya *personal selling* yang dilaksanakan

oleh UD. Sabar Motor Surakarta dalam usaha meningkatkan volume penjualan dalam rupiah.

C. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian diatas, maka perumusan masalahnya adalah :

Apakah *promotional mix* yang dilakukan perusahaan dapat berpengaruh terhadap volume penjualan pada UD. Sabar motor Surakarta.

D. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui besarnya biaya *promotional mix* yang dilakukan perusahaan.
2. Untuk mengetahui besarnya volume penjualan perusahaan.
3. Untuk menganalisa pengaruh *promotional mix* terhadap volume penjualan.

E. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat yang diharapkan akan memperoleh penelitian ini adalah :

1. Sebagai bahan masukan bagi perusahaan dalam mengambil keputusan.
2. Sebagai bahan informasi kepada pimpinan perusahaan dalam periklanan, promosi penjualan, publisitas serta bentuk promosi yang paling tepat sehingga dapat meningkatkan volume penjualan dimasa yang akan datang.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan skripsi

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA.

Bab ini menjelaskan tentang teori yang meliputi pengertian promosi, tujuan promosi, arti pentingnya periklanan, arti pentingnya publisitas, serta teori- teori relevan yang mendukung penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang kerangka teoritik mengenai pokok-pokok teori yang melandasi setiap permasalahan, hipotesis data, serta alat analisis data yang digunakan.

BAB IV : PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang gambaran umum dari obyek penelitian, data yang diperoleh, analisis data, pembahasan dan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan skripsi serta saran-saran yang perlu di sampaikan kepada perusahaan.