

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan semakin majunya perekonomian maka permintaan akan barang dan jasa akan semakin berkembang pula. Maka hal ini mendorong munculnya perusahaan baru, akibatnya akan menimbulkan persaingan yang sangat ketat antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain yang kemudian akan menimbulkan permasalahan pemasaran yang akan dijalankan untuk mencapai hasil penjualan yang diinginkan. Faktor persaingan inilah yang menyebabkan perusahaan saling berlomba, saling merebut simpati konsumen dengan berbagai cara untuk memberikan kesan dan pesan tentang produk serta menyajikan berbagai macam hadiah tanpa harus mengurangi kepuasan konsumen.

Sudah sewajarnya bagi setiap perusahaan untuk memperhatikan langkah pengamanan pada kondisi persaingan yang semakin tajam untuk tetap memperoleh laba semaksimal mungkin guna menjaga kelangsungan hidup dalam jangka panjang. Maka dapat dikatakan bahwa keberhasilan terutama dinilai dari banyak sedikitnya omzet penjualan serta luas pasar yang dikuasai.

Untuk dapat menguasai pasar tersebut, maka perusahaan melakukan strategi promosi yang tentunya tidak terlepas dari sumber dana yang dimiliki perusahaan. Kegiatan promosi dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan agar output yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut dapat lebih cepat dikenal oleh konsumen, sehingga konsumen akan tertarik untuk mencari dan mungkin akan membeli produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Perusahaan harus dapat

mengoptimalkan penggunaan dana yang dipergunakan untuk kegiatan promosi, semakin banyak produk yang dihasilkan maka semakin banyak pula biaya produksi, bahan baku, tenaga kerja, biaya *overhead* pabrik, biaya promosi dan biaya transportasi yang dikeluarkan.

Dengan mengadakan promosi perusahaan dapat memperkenalkan dan menciptakan daya tarik serta kesan yang baik bagi perusahaan maupun produk yang dihasilkan terhadap dunia usaha dan masyarakat luas guna menumbuhkan keyakinan dan minat untuk membeli. Penyatuan serangkaian kombinasi promosi sangat diperlukan pada keadaan persaingan yang semakin tajam antar perusahaan yang memasarkan produk yang sejenis dan mempunyai kegunaan yang sama.

1.2 Perumusan Masalah

Biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan Dupantex untuk promosi masih relatif tinggi walaupun jenis produk tekstil tersebut sudah dikeluarkan dalam waktu lima tahun, seharusnya pada jangka waktu tersebut sudah ada penurunan dari biaya promosi, karena konsumen sudah mengerti tentang adanya produk tersebut. Hal ini disebabkan karena promosi yang dilakukan oleh perusahaan Dupantex tersebut kurang efektif atau tidak pada sasaran yang tepat sehingga akan terjadi pembengkakan biaya promosi yang tinggi, dan perusahaan harus mengeluarkan biaya extra untuk kegiatan promosi, sehingga akan sangat mempengaruhi dalam tingkat perolehan laba bagi perusahaan sebaliknya apabila promosi dikurangi akan berdampak pada penurunan volume penjualan, karena akan kalah bersaing dalam promosi dengan perusahaan pesaing.

Berdasarkan permasalahan tersebut diatas maka penulis akan merumuskan masalah yang terjadi pada perusahaan Dupantex di Pekalongan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan terhadap volume penjualan.
2. Bagaimana strategi promosi yang efektif untuk meningkatkan volume penjualan diperusahaan Sampangan Dupantex Pekalongan.
3. Bagaimana strategi promosi yang efisien untuk meningkatkan volume penjualan diperusahaan Sampangan Dupantex Pekalongan.

1. 3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan terhadap volume penjualan
2. Untuk menentukan strategi promosi yang paling efektif sehingga meningkatkan volume penjualan di PT. Sampangan Dupantex Pekalongan.
3. Untuk menentukan strategi promosi yang paling efisien sehingga meningkatkan volume penjualan di PT. Sampangan Dupantex Pekalongan.

Manfaat Penelitian

1. Sebagai bahan atau input bagi pengambil keputusan di perusahaan untuk menentukan strategi promosi yang tepat.
2. Sebagai bahan referensi bagi peneliti-peneliti yang lain yang berkaitan dengan masalah ini dimasa yang akan datang.