

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah Penelitian**

Pemasaran merupakan salah satu faktor penting dalam kelangsungan hidup perusahaan, Selain itu ada faktor lain yang menunjang, diantaranya adalah dana, tenaga kerja, manajemen, teknologi dan lain-lain. Dalam hal ini pengelolaan perusahaan harus mampu menghadapi persaingan dengan cara mempertimbangkan strategi pemasaran untuk diaplikasikan.

Selain itu perlu disadari bahwa dengan adanya promosi maka akan besar pengaruhnya terhadap kelancaran penjualan, sehingga dengan demikian perusahaan-perusahaan semakin memahami arti pentingnya promosi terutama dengan adanya persaingan-persaingan yang semakin kompetitif.

Dengan adanya promosi diharapkan penjualan dapat ditingkatkan dan bagi perusahaan yang sudah menjalankan kegiatan ini diharapkan omset yang telah tercapai dapat dipertahankan. Setiap perusahaan pasti mempunyai rencana untuk meningkatkan hasil produksinya, salah satu rencana itu harus dapat mempengaruhi calon pembeli agar mereka dapat tertarik dan membeli. Salah satu alat untuk mencapai tujuan tersebut adalah promosi.

Dengan demikian maka perusahaan harus mengetahui seberapa jauh komponen-komponen promosi yang mempengaruhi hasil penjualan.

Atas dasar pemikiran tersebut maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul: “Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan pada Perusahaan Kopi Bubuk “Burung Jalak” Siliir Malang”.

## **B. Perumusan Masalah**

Adapun masalah yang dihadapi perusahaan adalah menurunnya volume penjualan kopi bubuk “Burung Jalak” di Siliir Malang. Agar dapat memecahkan masalah tersebut maka perlu adanya perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah faktor-faktor promosi yang terdiri dari advertising, sales promotion, personal selling dan publisitas berpengaruh terhadap volume penjualan?
2. Bagaimanakah hubungan antara faktor-faktor promosi yang terdiri dari advertising, sales promotion, personal selling dan publisitas dengan volume penjualan?
3. Faktor promosi manakah diantara advertising, sales promotion, personal selling, dan publisitas yang berpengaruh dominan terhadap volume penjualan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor promosi yang terdiri dari advertising, sales promotion, personal selling dan publisitas terhadap volume penjualan.

2. Untuk mengetahui hubungan faktor-faktor promosi yang terdiri dari advertising, sales promotion, personal selling dan publisitas dengan volume penjualan.
3. Untuk menganalisis faktor promosi diantara advertising, sales promotion, personal selling, dan publisitas yang berpengaruh dominan terhadap volume penjualan.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Bagi penulis

Untuk membandingkan serta menerapkan antara teori yang selama ini didapat waktu kuliah dengan kenyataan yang sebenarnya.

2. Bagi perusahaan

- a. Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan-kebijakan perusahaan dalam bidang pemasaran khususnya yang berkaitan dengan kegiatan promosi.

- b. Untuk memberikan masukan yang bermanfaat kepada perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan mengenai kebijaksanaan faktor-faktor promosi untuk meningkatkan volume penjualan.

3. Bagi pihak lain

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai suatu karya ilmiah yang dapat menambah wawasan pengetahuan khususnya bagi pihak-pihak yang berkepentingan.