

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang masalah Penelitian**

Dewasa ini setiap perusahaan maupun pengamat bisnis dalam pendekatannya, banyak menggunakan marketing mix untuk mengambil keputusan yang efektif. Pengambilan keputusan di bidang pemasaran hampir selalu berkaitan dengan variabel-variabel marketing mix. Oleh karena itu marketing mix ini sangat penting dan dapat dipakai sebagai alat pemasaran praktis.

Marketing mix adalah tool atau alat bagi marketer yang terdiri dari berbagai elemen suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan positioning yang diterapkan berjalan dengan sukses. Elemen tersebut terdiri dari produk, harga, saluran distribusi, dan promosi. (Lupiyoadi,2000 :258)

Keberhasilan suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan manajer perusahaan itu dalam memanfaatkan peluang yang terdapat di masyarakat. Produk, harga, saluran distribusi dan promosi merupakan faktor yang dapat mendorong seorang konsumen untuk membeli barang yang ditawarkan.

Penjualan merupakan sasaran inti diantara kegiatan-kegiatan lainnya, sebab dilakukan perundingan persetujuan tentang harga dan

serah terima barang serta pembayaran. Oleh karena itu manajemen perlu menganalisa penjualan melalui variabel-variabel marketing mix.

Persaingan industri rokok di kota Malang yang demikian ketat, membuat perusahaan harus selalu waspada terhadap kebijakan marketing mixnya. Perusahaan harus senantiasa tetap bertahan dalam menghadapi persaingan yang ditunjang dengan kondisi pasar yang selalu berubah-ubah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan Rokok "LEMBANG JAYA" Malang ini bergerak dalam usaha produksi rokok yang semakin bersaing di kota Malang. Perusahaan ini bergerak dalam usaha produksi rokok.

Berdasarkan dari pentingnya variabel marketing mix dalam kegiatan pemasaran untuk meningkatkan penjualan maka penulis menjadikan marketing mix atau bauran pemasaran sebagai topik yang kemudian dituangkan dalam bentuk penulisan skripsi dalam judul: "Pengaruh Marketing Mix terhadap Penjualan pada Perusahaan Rokok "LEMBANG JAYA" Malang.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah variabel marketing mix yang terdiri dari produk, harga, saluran distribusi, dan promosi mempunyai pengaruh signifikan

terhadap penjualan pada Perusahaan Rokok “LEMBANG JAYA” Malang?

2. Dari variabel marketing mix yang terdiri dari produk, harga, saluran distribusi dan promosi mana yang berpengaruh dominan terhadap penjualan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Agar penelitian ini mempunyai arah yang jelas, maka diterapkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah variabel marketing mix yang terdiri dari produk, harga, saluran distribusi, dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan pada Perusahaan Rokok “LEMBANG JAYA” Malang.
2. Untuk mengetahui dari variabel marketing mix yang terdiri dari produk, harga, saluran distribusi, dan promosi berpengaruh dominan terhadap penjualan pada Perusahaan Rokok “LEMBANG JAYA” Malang.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan dan pengembangan wawasan yang berkaitan dengan masalah yang dihadapi oleh perusahaan.

## 2. Bagi Perusahaan

- a. Memberikan sumbangan pemikiran bagi perusahaan dalam merumuskan kebijaksanaan dalam marketing mix.
- b. Sebagai dasar evaluasi dari masalah yang dihadapi perusahaan tentang marketing mix yang dilaksanakan sekarang.
- c. Sebagai saran kerjasama yang lebih baik dan saling menguntungkan antara perusahaan dengan lembaga Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang.

## 3. Bagi Mahasiswa

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan dimana mahasiswa yang telah mempelajari hasil dari tugas ini, akan dapat mengenal lebih jauh teori yang pernah didapat selama kuliah dibandingkan dengan realitas yang ada di perusahaan.

## 4. Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan referensi atau bahan pembanding, bahan pertimbangan, dan bahan informasi bagi penelitian selanjutnya.