

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG MASALAH**

Suatu perusahaan didirikan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Untuk mendapat keuntungan, perusahaan harus mampu memasarkan hasil produksinya, baik itu berupa barang atau jasa dengan cara seefektif mungkin.

Salah satu kendala yang lama dihadapi oleh perusahaan-perusahaan, baik yang baru berdiri maupun yang lama sudah berdiri adalah sulitnya produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan untuk dapat dikenal dan diterima oleh masyarakat atau konsumen yang dituju.

Apabila calon pembeli (konsumen) telah mengetahui produk perusahaan itu berarti kesan tertentu telah disampaikan (baik kesan positif atau negatif), dan dengan demikian produk itu merupakan suatu simbol komunikasi. Memang produk itu punya kesan atau citra dalam pikiran calon pembeli sebagai hasil dari desain, penampilan dan siapa yang menggunakan produk itu disamping pengaruh-pengaruh lainnya, jadi dapat disimpulkan bahwa advertising sebagai alat untuk mengkomunikasikan ide yang dapat meningkatkan atau menurunkan citra produk itu. Iklan menunjukkan gagasan mengenai mutu barang yang dipromosikan oleh perusahaan atau perantara untuk mempengaruhi konsumen.

Disinilah perusahaan yang baru berdiri maupun yang sudah berdiri akan diuji sejauh mana dia mampu untuk berkomunikasi di pasar guna mendapatkan perhatian dari konsumen terhadap produk yang akan ditawarkan, apabila pasar yang akan dimasuki telah dipenuhi oleh banyak produk sejenis dari perusahaan-perusahaan pesaing.

Banyak cara yang ditempuh untuk perusahaan yang baru berdiri maupun yang sudah berdiri untuk mengenali produk yang ditawarkan ke pasar sasaran, salah satunya adalah lewat media advertising atau periklanan.

Periklanan adalah merupakan salah satu bentuk promosi untuk memenuhi fungsi dari pemasaran. Untuk dapat menjalankan fungsi pemasaran, periklanan bukan sekedar memberikan informasi kepada para konsumen tetapi harus mampu membujuk konsumen agar berperilaku sedemikian pula sesuai dengan strategi pemasaran perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan. Banyak perusahaan yang mengabaikan advertising dan alasannya sangat beragam yaitu: terlalu mahal, pemborosan dan lain-lain, dari hasil penelitian di lapangan perusahaan Rokok “Grendel” Malang telah melaksanakan advertising, namun pelaksanaannya kurang efektif.

Melihat kondisi yang ada pada perusahaan Rokok “Grendel” Malang, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan memilih judul: Pengaruh Advertising yang Efektif Terhadap Volume Penjualan Rokok “Grendel” Malang.

## **B. PERMASALAHAN**

Definisi masalah menurut Winarno Surahmad (1990:34) adalah “setiap kesulitan yang menggerakkan manusia untuk memecahkannya, masalah harus dirasakan sebagai rintangan yang mesti dilalui atau dengan jalan mengatasinya. Apabila berjalan terus, maka menampakkan diri sebagai rintangan”. Adapun masalah yang dihadapi yaitu sejauhmana pengaruh advertising terhadap volumen penjualan Rokok Grendel.

Adapun perumusan masalah yang sedang dihadapi adalah sejauhmana efektifitas advertising terhadap volume penjualan Rokok Grendel.

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Penelitian tentang pengaruh advertising yang efektif memberikan inspirasi pada penulis untuk memberikan perhatian, evaluasi serta saran pada produsen agar mutu iklan yang ditampilkan lebih efektif menyedot daya beli masyarakat. Adapun permasalahan yang akan dibahas antara lain:

1. Untuk mengetahui efektifitas pelaksanaan advertising terhadap volume penjualan.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelaksanaan advertising yang dilakukan perusahaan.

#### **D. KEGUNAAN PENELITIAN**

Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Sekiranya dapat memberikan sumbangan pemikiran dan saran agar para produsen atau para pengiklan tentang pelaksanaan iklan atau advertising yang desirability, exclusiveness, dan believability.

2. Bagi lembaga

Untuk mendapatkan daftar kepustakaan dan sebagai bahan referensi bagi penulis di bidang yang sama.

3. Bagi penulis yang sama

Karya ilmiah ini dapat menambah wawasan tentang manajemen pemasaran khususnya tentang promotional mix.