

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Mengingat semakin pesatnya pertumbuhan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen, semakin bertambah banyak, baik dalam jumlah maupun jenisnya. Hal ini mendorong perusahaan-perusahaan saling berpacu agar dapat memuaskan kebutuhan konsumen dengan cara menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan keinginan konsumen. Keadaan ini mengakibatkan terciptanya persaingan sesama perusahaan yang menghasilkan barang dan jasa yang sejenis.

Untuk menghadapi persaingan ini memaksa perusahaan untuk berorientasi pada kegiatan pemasaran. Kegiatan yang dilakukan perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Sehingga dapat dikatakan bahwa pemasaran memegang peranan penting dalam menunjang kegiatan perusahaan di dalam meningkatkan penjualan.

Agar tujuan perusahaan untuk meningkatkan hasil penjualan tercapai maka perusahaan harus mempunyai cara-cara atau metode-metode yang digunakan sebagai pedoman terutama dalam bidang pemasaran. Strategi pemasaran adalah cara yang paling tepat dalam upaya meningkatkan penjualan, caranya ialah dengan menetapkan

harga, promosi serta saluran distribusi, terhadap barang dan jasa yang bisa memberikan kepuasan kepada konsumen.

Dari beberapa strategi pemasaran tersebut di atas, harga dan promosi dalam hal ini periklanan merupakan bagian yang penting serta berpengaruh terhadap peningkatan hasil penjualan. Pada penjualan Perusahaan Raket Abadi Malang yang bergerak dalam bidang industri alat olahraga, meningkatnya volume penjualan tidak hanya tergantung pada promosi yang dilakukan perusahaan tetapi juga tergantung dari layanan kebijakan harga yang diberikan. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mengikuti perkembangan jaman dan situasi pasar sekarang.

Dengan adanya promosi dalam bentuk kebijakan harga dan periklanan yang dilaksanakan perusahaan diharapkan penjualan akan dapat ditingkatkan. Agar perusahaan dapat menggunakan periklanan dan harga secara efektif, maka sebelum mengadakan kegiatan tersebut hendaknya diadakan suatu perencanaan yang baik dengan memperhatikan segala faktor yang berkaitan dengan kebijakan harga dan periklanan sehingga apa yang dilaksanakan dapat berhasil dengan baik. Tentu saja hal ini harus disesuaikan dengan maksud dari periklanan yang dapat menarik konsumen yang nantinya membuat minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan perusahaan.

Pengetahuan akan bauran pemasaran yang baik dalam upaya pelaksanaan kegiatan pemasaran secara intensif menjadi faktor

penting yang harus diketahui perusahaan dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan menjangkau konsumen sebanyak-banyaknya. Dengan adanya penelitian tentang bauran pemasaran diharapkan bisa membantu untuk mewujudkan suatu tujuan perusahaan.

Berdasarkan alasan tersebut di atas maka penulis tertarik untuk mengambil judul skripsi tentang: “PENGARUH KEBIJAKAN HARGA DAN PERIKLANAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PERUSAHAAN RAKET ABADI MALANG”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Sejauhmana pengaruh kebijakan harga dan periklanan terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Raket Abadi Malang?
2. Variabel bauran pemasaran (yang terdiri dari kebijakan harga dan periklanan) manakah yang berpengaruh dominan terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Raket Abadi Malang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kebijakan harga dan periklanan terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Raket Abadi Malang

2. Untuk mengetahui pengaruh yang dominan antara harga dan periklanan terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Raket Abadi Malang

D. Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan bagi pihak-pihak berikut:

1. Bagi penulis

Untuk menerapkan teori-teori dan pengetahuan yang didapat di bangku kuliah ke dalam masalah yang sebenarnya terjadi pada suatu perusahaan khususnya mengenai bauran pemasaran yang dilaksanakan pada suatu perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan bagi perusahaan terutama sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang terkait dengan tujuan jangka pendek ataupun jangka panjang perusahaan khususnya dalam hal pemasaran.

3. Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi maupun sebagai acuan khususnya bagi yang berminat pada permasalahan bauran pemasaran.