



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dasar yang melandasi pemasaran kebutuhan manusia. Kebutuhan manusia adalah pernyataan dari rasa kehilangan, dan manusia mempunyai banyak kebutuhan yang kompleks. Kebutuhan manusia yang kompleks tersebut karena bukan hanya fisik (makanan, pakaian, perumahan dll), tetapi juga rasa aman, aktualisasi diri, sosialisasi, penghargaan, kepemilikan. Semua kebutuhan berasal dari masyarakat konsumen, bila tidak puas konsumen akan mencari produk atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan tersebut.

Memasarkan produk hingga ke konsumen dan dapat memberikan kepuasan . Setiap perusahaan/organisasi yang bergerak dalam bidang penjualan baik yang bersifat konsultif dalam arti yang digunakan dalam sesaat tetap menginginkan omzet yang menguntungkan bagi organisasi tersebut. Sehingga sasaran dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, serta mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan.

Para Staf Marketing harus mampu sedemikian rupa dalam hal mencari model pengembangan melalui penyelarasan harapan dan pengalaman konsumen melalui *branding*, karena itu brand membawa janji bahwa produk atau jasa membawa

karakteristik dan kualitas yang baik dan spesifik sesuai dengan harapan konsumen yang dituju.

PT. Tirkumsari dalam hal ini bergerak dalam bidang penjualan Air minum kemasan yang memakai Merk Clean Q dimana para Staf Marketing harus memiliki Seni dan mampu membangun dan mengelola merk tersebut. Sebagai Staf Marketing yang berperan dalam memberikan layanan dapat mempengaruhi persepsi pembelian yang dilakukan konsumen. Pentingnya faktor orang sebagai unsur bauran pemasaran, diantaranya peran-peran penjualan dan layanan konsumen. *Staf Marketing* harus memahami dengan baik strategi pemasaran perusahaan. *Staf Marketing* direkrut berdasarkan potensi untuk tanggap terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen, kesemuanya itu harus mampu dievaluasi oleh *Staf Marketing*. Dalam hal ini sangat dibutuhkan oleh pihak perusahaan dalam menjalin hubungan dengan para *Staf Marketing* sehingga mampu menciptakan suatu kegiatan pemasaran dapat tercapai khususnya pada pembagian kerja, wewenang dan tanggung jawab serta hasil pelaporan *omzet* penjualan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana **“Peranan Departemen Sales Marketing Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan di PT. Tirkumsari Medan.**