

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Dalam era persaingan perusahaan seperti sekarang ini laju persaingan antar perusahaan semakin tajam. Persaingan merupakan masalah yang timbul dari luar perusahaan dimana persaingan akan timbul dari perusahaan lain yang sejenis.

Salah satu cara untuk memenangkan persaingan adalah dengan mendapatkan konsumen yang sebanyak-banyaknya yaitu dengan cara mengiklankan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Pada dasarnya suatu perusahaan didirikan adalah untuk mencapai tujuan yang diharapkan, baik tujuan jangka panjang maupun jangka pendek. Salah satu faktor penunjang dalam pencapaian usaha tersebut adalah dalam bidang "*periklanan atau iklan*". Beban iklan adalah semua beban yang dikeluarkan guna keperluan periklanan. Beban iklan adalah unsur dari laporan keuangan sehingga apabila kita ingin menganalisis beban iklan maka kita harus menelaah laporan keuangan dahulu. membedah laporan keuangan kedalam unsur-unsurnya, menelaah masing-masing unsur tersebut dan menelaah hubungan antara unsur-unsur tersebut dengan tujuan untuk memperoleh pengertian dan pemahaman yang baik dan tepat atas laporan itu sendiri, sehingga kita temukan unsur beban iklan dan hubungannya dengan unsur lain.

Kemampuan perusahaan dalam mengatur keuangannya dapat mendatangkan keuntungan yang tak sedikit bagi perusahaan. Dalam

mengeluarkan beban iklan, perusahaan harus berusaha menyesuaikan dengan kebutuhan tanpa meninggalkan norma-norma penjualan.

Secara teknis hal ini dapat dicapai apabila perusahaan dapat menentukan strategi pemasarannya dengan cara menganalisa tepat terhadap kegiatan pada marketing mix yaitu mengadakan analisa terhadap periklanan yang dilakukan.

Iklan merupakan salah satu bidang dari kegiatan pemasaran yang pada umumnya dapat digunakan bagi perusahaan dalam usaha memperbesar volume penjualannya. Hal ini dilakukan apabila produk harga saluran distribusi telah ditetapkan secara tepat oleh perusahaan, maka iklan akan berperan sangat penting.

Dalam melakukan kegiatannya, perusahaan memerlukan suatu pengorbanan beban yang cukup besar. Dengan beban iklan yang besar diharapkan juga kegiatan iklan akan semakin luas dalam menjangkau konsumen dan dapat mencapai jumlah permintaan yang lebih besar pula, besarnya volume penjualan dipengaruhi oleh faktor iklan, sedangkan besar kecilnya beban iklan tergantung pada pihak marketing yang melakukannya.

Sebagai perusahaan yang sedang berkembang, PT. Eka Mas Travel Medan selaku perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan tiket menghadapi banyak tantangan. Tantangan tersebut berasal dari perusahaan sejenis yang lebih terkenal. Iklan merupakan hal yang efektif dalam menunjang pemasaran sehingga penjualan akan dapat meningkat. Kenyataan seperti ini mendorong penulis untuk melakukan penelitian dengan judul