

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Promosi merupakan salah satu faktor yang mendukung sekaligus menentukan keberhasilan proses pemasaran. Hal ini sangat tidak bias untuk dipungkiri lagi. Suatu perusahaan akan berhasil juga ia dapat memperkenalkan produk yang dihasilkannya kepada khalayak ramai, sehingga akan timbul dibenak konsumen tentang merek dari produk yang dihasilkan perusahaan.

Masalah promosi di perusahaan dikarenakan belum lengkapnya fasilitas yang diberikan pihak hotel serta pelayanan yang kurang memuaskan dalam menyediakan jasa agen travel sehingga pelayanan yang diberikan tidak memuaskan para pihak tamu.

Penetapan harga merupakan tugas kritis yang menunjang keberhasilan operasi organisasi profit maupun non profit. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi. Akan tetapi, keputusan mengenai harga tidak mudah untuk dilakukan. Disatu sisi, harga yang terlalu mahal dapat meningkatkan laba jangka pendek, tetapi disisi lain akan sulit dijangkau oleh konsumen.

Masalah yang terlihat mengenai harga adalah tidak sesuaianya kinerja pelayanan karyawan terhadap kecendrungan yang ada sehingga kebijakan harga yang dibuat tidak dilaksanakan menurut ketentuan yang diberlakukan serta pelayanan yang diberikan kepada para tamu kurang maksimal sehingga efektivitas penjualan tidak baik.

Pengertian efektivitas digambarkan sebagai penghubung untuk sejumlah index dari upaya organisasi pada individu yang berupa kumpulan tanggung jawab. Efektivitas tenaga penjualan dapat melibatkan pertanggungjawaban terhadap pekerjaan mereka. Kontribusi pengujian efektivitas pada individu tenaga penjualan dilakukan untuk penilaian hasil organisasi seperti volume penjualan, pertumbuhan penjualan dan *market share* agar hasil yang diinginkan tercapai, tenaga penjualan harus menampakkan beberapa perilaku yang dapat menarik pelanggan, dimana mungkin hasilnya secara umum tidak nanipak dengan segera. seperti mendirikan hubungan dengan pelanggan dan melakukan presentasi penjualan

Masalah efektivitas penjualan dihadapi disebabkan karena penjualan produk-produk tidak dapat dimaksimalkan dengan hanya mengandalkan pemberian pelayanan yang baik dan ramah saja, melainkan harus didukung oleh promosi dan penetapan harga yang cocok.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Promosi dan Kebijakan Harga Terhadap Efektivitas Penjualan Pada Hotel Asean International Medan”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan penjelasan di atas, penulis mencoba merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap efektivitas penjualan di Hotel Asean International Medan?