

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada umumnya setiap perusahaan bertujuan untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya agar dapat tetap hidup dan kelangsungan perusahaan berkembang dan mampu bersaing. Suatu perusahaan dikatakan memperoleh laba apabila penerimaan lebih besar dari pada total pengeluaran dan dapat membiayai seminimal mungkin terutama biaya produksi serta meningkatkan penjualan. Dalam rangka inilah maka setiap perusahaan selalu menetapkan dan menerapkan strategi dan cara pelaksanaan kegiatan pemasarannya.

Salah satu strategi pemasaran adalah bauran pemasaran (*marketing mix*) dan penentuan segmen pasar yang merupakan sasaran pasarnya. Bauran pemasaran merupakan kombinasi variabel atau kegiatan inti dari sistem pemasaran, yang terdiri dari empat variabel yaitu produk, harga, distribusi dan promosi.

Promosi merupakan keseluruhan tindakan yang ditempuh oleh perusahaan dalam mencapai tujuan pemasaran melalui alat-alat promosi periklanan, penjualan personal, promosi penjualan dan publisitas. Kebijakan promosi harus mempertimbangkan berbagai kegiatan promosi sebagai suatu keputusan. Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran untuk meningkatkan penjualan.

Penjualan adalah rencana-rencana secara taktik, berusaha agar pembeli bersedia menukarkan uangnya dengan barang atau jasa. Kebanyakan

UNIVERSITAS MEDAN AREA

perusahaan melakukan penjualan ketika mereka mempunyai kapasitas berlebihan. Tujuannya adalah menjual apa yang mereka buat bukannya membuat apa yang diinginkan pasar

Salah satu contoh produk yang banyak dibeli/digunakan oleh masyarakat adalah surat kabar/koran. Surat kabar/koran merupakan salah satu media cetak yang banyak beredar di masyarakat. Surat kabar memuat berbagai berita-berita penting seperti berita politik, ekonomi, sosial, budaya dan bankam. Kesemuanya itu dirangkum dalam lembaran-lembaran dan design yang beraneka ragam. Dewasa ini kebutuhan akan informasi berita baik dari daerah, ibukota maupun dari mancanegara menunjukkan peningkatan yang sangat berarti. Kecenderungan seperti ini disebabkan oleh tingkat kesadaran masyarakat akan pentingnya informasi berita yang semakin meningkat.

Persaingan-persaingan dalam media cetak baik lokal maupun non lokal semakin kuat. Setiap perusahaan berusaha untuk merebut pasar dengan menggunakan berbagai strategi. Setiap perusahaan dituntut untuk dapat meyusun dan melancarkan strategi yang menguntungkan dalam upaya menuju dan mencapai sasaran yang telah ditetapkan perusahaan.

PT. Suara Masa Medan merupakan salah satu surat kabar yang cukup banyak beredar di masyarakat dimana orientasinya untuk menyajikan berita-berita yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Dalam menjalankan usahanya PT. Suara Masa Medan menerapkan strategi pemasaran melalui promosi penjualan surat kabarnya dalam meningkatkan jumlah penjualan surat kabarnya.