

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tidak satu perusahaanpun yang mampu bertahan apabila perusahaan tersebut tidak memiliki kemampuan memasarkan produk yang dilaksikannya. Ini juga berarti bagaimanapun baiknya kegiatan dalam perusahaan tetapi kalau perusahaan belum memiliki konsep pemasaran yang baik maka kegiatannya akan sia-sia. Hal tersebut menunjukkan betapa pentingnya peranan pemasaran dalam menentukan kelangsungan hidup perusahaan secara keseluruhan.

Pada perusahaan yang berorientasi pada pasar seperti PT. Sinar Sosro Cabang Medan, penjualan tidak hanya memproduksi dan mencapai target penjualan yang telah ditetapkan perusahaan, melainkan harus sesuai dengan keinginan konsumen. Oleh sebab itu perusahaan yang ingin maju dan berkembang harus berusaha memproduksi produk dengan orientasi pasar, sehingga tercapai pasar sasaran produknya. Di samping itu perusahaan tidak boleh bersifat pasif dalam memasarkan produknya, tetapi harus bersifat aktif sehingga volume (target ~~market~~) penjualan dapat terus meningkat.

Untuk itu perusahaan perlu memanfaatkan peluang yang ada dengan menggunakan kebijaksanaan-kebijaksanaan pemasaran. Adapun kebijaksanaan pemasaran yang perlu diperhatikan dalam merebut pembeli potensial adalah

kebijaksanaan produk, harga, promosi dan distribusi. Oleh karena itu supaya kebijaksanaan pemasaran dapat lebih baik serta target pasar atau produk pada periode tertentu tercapai maka perlu dilakukan evaluasi terhadap pelaksanaan pemasaran yang telah dijalankan perusahaan.

Dalam hal ini suatu kebijaksanaan pemasaran yang biasanya dilaksanakan oleh setiap perusahaan adalah dengan mengadakan aktivitas-aktivitas di bidang pemasaran. Jika melihat perkembangan penjualan PT. Sinar Sosro Cabang Medan telah menunjukkan volume penjualan yang terus meningkat, akan tetapi belum memperoleh target yang telah direncanakan. Namun demikian dengan adanya saingan maka penerapan strategi pemasaran sangat diperlukan untuk memperoleh peningkatan volume penjualan.

Segmentasi pasar merupakan hal yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran karena segmentasi pasar akan menjelaskan dan menentukan target penjualan perusahaan apakah akan berhasil atau tidak.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan suatu penelitian dengan judul "Peranan Penentuan Segmentasi Pasar Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Teh Botol Sosro Pada PT. Sinar Sosro Cabang Medan".

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan yang dilakukan, ditemukan