

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Promosi penjualan dirancang untuk menghasilkan tindakan yang segera dan spesifik. Walaupun promosi penjualan mungkin berkontribusi dalam membangun kesadaran atau sikap yang menguntungkan terhadap suatu produk, namun penggunaannya terutama adalah lebih baik untuk mencapai efek penjualan jangka pendek ketimbang efek jangka panjang.

Dewasa ini, dimana suasana persaingan bisnis semakin kompetitif serta beraneka ragam. Sarana dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen berdampak terhadap ketatnya persaingan bisnis. Di samping itu sikap masyarakat sebagai konsumen telah semakin kritis dalam penilaian terhadap suatu barang yang ditawarkan.

Keberhasilan suatu perusahaan dapat diketahui dari berapa banyak barang atau jasa yang dihasilkan dapat terjual dengan harga yang telah ditetapkan. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka kebijaksanaan pemasaran merupakan suatu kegiatan yang sangat menentukan.

Dalam dunia pemasaran, kegiatan memperkenalkan, meyakinkan dan mengingatkan kembali manfaat produk kepada pembeli lazim disebut dengan kegiatan promosi.

Sebelum produk yang dihasilkan perusahaan sampai ke tangan konsumen, maka perusahaan harus terlebih dahulu memberikan informasi tentang keberadaan produk tersebut, manfaat produk dan hal lain menyangkut produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Hal ini akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian terhadap produk perusahaan. Kebijakan yang ditempuh untuk mempermudah penyampaian informasi antara perusahaan sebagai produsen dan konsumen salah satunya adalah melalui kegiatan promosi.

Jadi, betapapun bermanfaatnya suatu produk, produk itu tidak akan mampu menemukan sendiri pembelinya. Produsen harus menciptakan permintaan dengan membentahkan kepada para pembeli bahwa produk yang bersangkutan telah beredar di pasar.

Untuk itu menetapkan strategi promosi yang tepat dan teratur sangat penting dalam mencapai peningkatan volume penjualan. Strategi promosi tersebut menyangkut pemilihan alternatif dari media yang akan digunakan, juga kombinasi yang tepat dari bentuk – bentuk kegiatan promosi.

Dengan latar belakang pemilihan judul tersebut, maka penulis memilih PT. Istana Deli Kencana Medan sebagai objek penelitian karena perusahaan ini dapat dijangkau, serta mendapat izin untuk melakukan riset.

Dan selanjutnya penulis memilih judul skripsi **“PERANAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN MOBIL MERK HONDA PADA PT. ISTANA DELI KENCANA MEDAN”**.