

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Perkembangan ekonomi yang semakin pesat pada dewasa ini menyebabkan tingkat persaingan yang semakin meningkat pula diantara berbagai perusahaan baik perusahaan yang menghasilkan barang-barang maupun perusahaan jasa. Oleh sebab itu setiap perusahaan yang melaksanakan kegiatan pemasaran dari hasil produksinya dituntut untuk mampu bersaing dengan perusahaan yang memproduksi barang sejenis lainnya. Sebaliknya apabila perusahaan tidak mampu bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya, maka perusahaan tersebut akan sulit mempertahankan kelangsungan hidupnya dan pada akhirnya akan gulung tikar.

Untuk dapat bersaing dengan perusahaan maka salah satu faktor yang harus dilaksanakan oleh perusahaan adalah melaksanakan suatu kegiatan promosi yang efektif. Dengan kegiatan promosi yang dilaksanakan, perusahaan mengharapkan akan dapat menaikkan jumlah penjualannya dan bagi perusahaan yang sudah berjalan baik, dengan kegiatan ini mengharapkan agar omzet penjualan yang telah dicapai dapat dipertahankan.

Kegiatan promosi tidak hanya mampu menaikkan omzet penjualannya tetapi juga memberikan keuntungan-keuntungan sampingan lainnya. Misalnya dapat meningkatkan efisiensi penggunaan modal kerja dan lain sebagainya.

Demikian pentingnya kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Dengan kegiatan promosi yang efektif suatu perusahaan akan mempunyai peluang untuk memenangkan suatu persaingan yang pada akhirnya akan memperluas dan mempertahankan dari pada pasar yang dimiliki. Bagian pasar yang luas akan memperkokoh kedudukan perusahaan PT. Kimia Farina (Persero) Tbk, Medan di tengah-tengah perusahaan lainnya.

Berdasarkan hal-hal tersebut diatas, penulis merasa tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga dalam hal ini penulis mencoba membuat suatu tulisan ilmiah dengan suatu judul "PERANAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT. KIMIA FARMA (PERSERO) Tbk MEDAN.