

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Tujuan utama berdirinya sebuah perusahaan adalah untuk memperoleh laba. Sebuah perusahaan dikatakan telah memperoleh laba apabila pendapatan perusahaan lebih besar daripada pengeluaran dalam suatu tahun buku. Untuk mencapai tujuan ini, perusahaan dapat menyusun perencanaan strategi, menciptakan alternatif, melaksanakan perencanaan strategi yang terbaik dan mengadakan pengendalian manajemen yang terpadu. Salah satu perencanaan yang paling penting dilakukan untuk meningkatkan keuntungan adalah strategi pemasaran.

Peranan strategi pemasaran pada sebuah perusahaan sangat penting. Salah satu kegiatan pemasaran bisa dilakukan melalui cara memperkenalkan produk yang dihasilkan perusahaan ke pasar konsumen dan mengkomunikasikan mengenai manfaat yang bisa diperoleh dari penggunaan produk tersebut, atau yang biasa disebut dengan promosi, yang pada akhirnya berpengaruh pada peningkatan volume penjualan perusahaan.

Bagi konsumen lama, diharapkan akan menambah kesetiaannya terhadap produk perusahaan, bahkan akan meningkatkan konsumsinya. Jika produk perusahaan dapat memberikan kepuasan, berarti mereka akan terus memakai produk tersebut. Sementara bagi konsumen baru dan konsumen potensial, dengan adanya promosi tersebut mereka akan memperoleh informasi tentang adanya produk baru di pasar, sehingga menimbulkan rasa ingin tahu mengenai produk dan akhirnya mau membelinya. Adanya kedua sikap konsumen tersebut berarti memungkinkan

perusahaan melakukan peningkatan volume penjualan, maka dengan demikian perusahaan akan memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Kegiatan-kegiatan pemasaran yang disebutkan di atas hanya dapat dilaksanakan secara baik melalui suatu rangkaian strategi pemasaran. Singkatnya, jika kegiatan pemasaran dalam perusahaan tidak dilakukan berdasarkan strategi yang telah disusun terlebih dahulu, maka peranan pemasaran tidak akan berfungsi dengan baik. Implikasi dari pemasaran yang tidak baik adalah merupakan penerapan strategi pemasaran yang tidak baik, efisien dan efektif. Produk yang dihasilkan perusahaan tersebut akan sulit bersaing atau tidak mampu bersaing dipasar. Produk yang dihasilkan perusahaan dengan strategi pemasaran yang buruk tidak mampu bersaing dipasar dengan sendirinya akan menghasilkan tingkat (volume) penjualan yang rendah dan tidak dapat mencapai target penjualan yang ditetapkan perusahaan tersebut.

Volume penjualan akan meningkat serta konsistensinya dapat dipertahankan apabila perusahaan mampu melaksanakan strategi pemasaran yang tepat, efisien, efektif dan kontinyu. Strategi pemasaran merupakan bagian dari pemasaran suatu produk dalam meningkatkan volume penjualan yang tak boleh diabaikan apabila suatu perusahaan ingin mencapai suatu target volume penjualan. Jadi, dapat dikatakan terdapat keterkaitan yang sangat erat antara strategi pemasaran dengan volume penjualan.

PT. Pharma Insani Abadi Medan merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang farmasi. Perusahaan ini telah lama beroperasi dan terdapat banyak masalah yang dihadapi terutama di bidang pemasaran. Melihat banyaknya perusahaan dalam industri alat farmasi dan obat-obatan di Sumatera Utara, khususnya di Medan, maka PT. Pharma Insani Abadi Medan harus merencanakan, melaksanakan, dan