

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Dengan perkembangan dunia usaha dewasa ini, perusahaan banyak menghadapi masalah – masalah dalam kegiatan pemasaran, antara lain dalam memasarkan jasa / produknya.

Untuk itu seorang pimpinan dalam mencapai tujuan perusahaan harus mampu merebut pasar melalui berbagai kebijaksanaan pemasaran guna meningkatkan volume penjualan.

Setiap perusahaan yang ingin meningkatkan volume penjualan serta melancarkan operasi perusahaan, maka perusahaan tersebut harus menetapkan satu strategi pemasaran yang baik demi mencapai target yang telah ditetapkan. Dengan adanya strategi pemasaran maka akan memberi dampak terhadap volume penjualan jasa / produknya.

Hanya dengan menerapkan strategi pemasaran yang baik maka diharapkan volume penjualan jasa / produk dapat ditingkatkan. Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.

PT. Sepatu Bata Tbk Cabang Medan merupakan salah satu perusahaan pembuat alas kaki berupa sepatu dan sandal dari berbagai jenis dan ukuran. Perusahaan ini melayani seluruh segmen kebutuhan.

Begitu penting dan menentukannya peranan strategi pemasaran bagi suatu perusahaan dan berdasarkan alasan di atas, penulis tertarik dan mencoba menyusun skripsi yang diberi judul “ PERANAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT. SEPATU BATA Tbk CABANG MEDAN”.

B. Perumusan Masalah.

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan yang dilakukan pada PT. Sepatu Bata Tbk Cabang Medan, masalah yang dihadapi adalah sebagai berikut: “ Seberapa besar peranan strategi pemasaran memberikan sumbangan terhadap penjualan pada PT. Sepatu Bata Tbk Medan “.

C. Hipotesis.

“Hipotesis adalah sebuah kesimpulan, tetapi kesimpulan ini belum final, masih harus dibuktikan kebenarannya”¹

¹ Winarno Surakhnad. Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar, Metode dan Teknik, Edisi VIII, Tarsito, Bandung, 1995, hal. 39.