

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Dalam era globalisasi sekarang ini perkembangan dunia usaha baik itu perusahaan industri, perusahaan dagang serta perusahaan jasa semakin meningkat. Hal ini dapat dilihat dari adanya pertumbuhan daya beli dari masyarakat dan semakin meningkatnya jumlah barang dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen.

Karena meningkatnya jumlah barang dan jasa yang ditawarkan produsen maka persaingan yang terjadi didalam perusahaan semakin tajam, terutama bagi perusahaan yang memproduksi dan memasarkan produk yang sama atau sejenis. Dalam kondisi seperti itu perusahaan akan berusaha meningkatkan penjualannya dengan mengumpulkan berbagai informasi serta data-data yang dapat memantau perusahaan yang terjadi dimasyarakat maupun dipasar.

Kebijaksanaan pemasaran dimaksudkan apabila tujuan yang hendak dicapai oleh perusahaan objektif. Maka kebijaksanaan adalah rencana kerja untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut.

Dalam hal ini peningkatan jumlah produk dan jasa yang dihasilkan berarti meningkatkan penjualan. Kemampuan suatu perusahaan dalam meningkatkan penjualan merupakan salah satu tolak ukur untuk mengevaluasi sampai sejauh mana perusahaan telah berhasil merealisasi rencana perusahaan

yang telah ditetapkan sesuai dengan tingkat keumungan yang diinginkan perusahaan tersebut.

Penjualan dapat ditingkatkan atau dipertahankan jika perusahaan menerapkan kebijaksanaan pemasaran yang tepat. Untuk itu berbagai kebijaksanaan yang dilakukan oleh pimpinan perusahaan dalam memperluas daerah penjualan atau pasar, antara lain tentang kebijaksanaan produk, kebijaksanaan harga, kebijaksanaan saluran distribusi dan kebijaksanaan promosi.

Kebijaksanaan ini harus dikombinasikan dan dikoordinir agar penjualannya dari tahun ketahun terus meningkat, hal ini sangat penting bagi perusahaan dalam mengambil keputusan maupun tindakan yang terbaik untuk mencapai tujuan perusahaan.

Dari uraian diatas maka penulis menyadari begitu pentingnya peranan perusahaan terutama dalam menghadapi pihak pesaing, maka penulis tertarik melakukan penelitian dan menuangkannya dalam bentuk skripsi dengan judul **"Suatu Tinjauan Tentang kebijaksanaan Pemasaran Pada Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Binjai"**.

B. Perumusan Masalah

Masalah adalah keadaan yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan sebelumnya. Dalam menjalankan aktivitasnya setiap perusahaan selalu