

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Serat sabut kelapa merupakan salah satu bahan untuk membuat spring bed, bukan hanya itu, serat sabut kelapa juga merupakan sebagai bahan baku keset, tempat duduk mobil dan matras.

Suatu badan usaha didirikan dengan maksud untuk merealisasikan tujuan tertentu, baik sifatnya sosial maupun ekonomi. Untuk mencapai tujuan tersebut maka badan usaha yang didirikan harus dapat meraih keuntungan dari setiap operasinya secara optimal.

Keuntungan akan dapat diraih bila hasil penjualan lebih banyak dibandingkan dengan biaya yang dikorbankan, itu berarti perusahaan mampu memasarkan produknya dengan efektif dan efisien. Kegiatan pemasaran ini dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal dari perusahaan.

Oleh karena itu bauran pemasaran dalam suatu perusahaan harus dapat dikombinasikan dengan baik agar target penjualan dapat tercapai. Dimana bauran pemasaran ini terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi merupakan faktor internal dari perusahaan yang dapat dikendalikan untuk mempengaruhi konsumen. Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang tidak dapat dipengaruhi tetapi harus diperhatikan dalam setiap pengambilan keputusan, seperti situasi persaingan, perkembangan perekonomian, pengaturan pemerintah dan selera konsumen.

Keputusan untuk membeli suatu produk dari setiap pembeli didasarkan pada dorongan tertentu baik yang sifatnya rasional dan irrasional. Harga, kualitas, waktu, layanan, jumlah keluarga, status sosial, ingin meniru orang lain dan melindungi diri sendiri dan keluarga merupakan unsur yang mungkin mendorong seseorang dalam memutuskan untuk membeli suatu produk adalah unsur – unsur untuk dapat memuaskan pembeli.

Atas dasar uraian di atas penulis memilih judul skripsi “ *Peranan Bauran Pemasaran Dalam Peningkatan Penjualan Bahan Baku Spring Bed Lubuk Pakam Kabupaten Deli Serdang* ”

B. Perumusan Masalah

Di dalam memasarkan produknya ke masyarakat, perusahaan akan menerapkan serangkaian kebijakan untuk dapat menarik minat masyarakat menjadi pelanggannya atau tetap mempertahankan jumlah pelanggannya yang telah ada. Demikian PT. Raja Albatros Mas Lubuk Pakam Deli Serdang menerapkan serangkaian kebijakan bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi. Dari hal ini timbul masalah yakni “ *Perusahaan belum dapat merealisasikan target penjualan yang ditetapkan sejak tahun 1999 – 2003, karena strategi pemasaran yang dijalankan belum efektif*”