

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Alasan Pemilihan Judul

Tujuan utama perusahaan yaitu memperoleh laba dan mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Setiap perusahaan harus melakukan kegiatan pemasaran, dimana pemasaran merupakan kegiatan pokok atau aktivitas yang berhubungan dalam meningkatkan volume penjualan.

Volume penjualan pada PT.Muthari Indah Perkasa cenderung naik turun setiap tahunnya. Ini disebabkan oleh penerapan strategi pemasaran yang dilakukan belum tepat dan dapat juga disebabkan keadaan politik dan krisis ekonomi yang terus melanda Indonesia.

Agar volume penjualan yang ditargetkan tercapai, perusahaan harus menetapkan strategi pemasaran yang tepat serta melakukan riset pasar terlebih dahulu untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan dari konsumen yang cenderung berubah – ubah sehingga perusahaan dapat bersaing merebut pasar sasaran serta memperluas market share yang akan dikuasai perusahaan. Dalam penetapan strategi pemasaran perlu juga diperhatikan faktor – faktor yang dapat dikendalikan perusahaan yaitu faktor produk, harga, distribusi, dan promosi.

Dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat maka volume penjualan akan meningkat dan laba akan diperoleh perusahaan sehingga perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidup usahanya.

Berdasarkan alasan di atas, penulis mencoba menuangkannya ke dalam skripsi yang diberi judul “Analisa Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Mutiari Indah Perkasa”

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan yang dilakukan, ditemukan adanya masalah yang berkaitan dengan pemasaran yang dapat dirumuskan sebagai berikut: **“Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan?.”**

## **C. Hipotesis**

“Hipotesis merupakan kesimpulan (conclusion) sementara terhadap permasalahan yang akan dilakukan penelitian.”<sup>1</sup>

“Hipotesis adalah perumusan jawaban sementara terhadap sesuatu soal, yang dimaksudkan sebagai tuatunan sementara dalam penyelidikan untuk “mencari jawaban yang sebenarnya.”<sup>2</sup>

Berdasarkan perumusan masalah di atas dikemukakan hipotesis sebagai berikut: **“Strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan belum mampu meningkatkan volume penjualan.”**

---

<sup>1</sup> P.Joko Subagyo, **Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek**, Cetakan Pertama, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta, 1991, hal 15.

<sup>2</sup> Winarno Surakhmad, **Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar: Metode dan Teknik**, Edisi VII, Tarsito, Bandung, 1990, hal 39.