

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Alasan Pemilihan Judul

Promosi merupakan salah satu bagian penting dari semua bauran pemasaran. Kebanyakan konsumen dan pelanggan dapat menentukan produk yang diinginkan diantara banyak produk. Untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk yang ditawarkan, seorang produsen harus tidak hanya menawarkan produk yang baik dengan harga yang wajar, melainkan juga memberi informasi kepada para calon pelanggan mengenai produk tersebut dan dimana mereka dapat membelinya.

Dewasa ini terdapat pandangan baru tentang promosi sebagai dialog interaktif antara perusahaan dan pelanggannya. Perusahaan-perusahaan harus menanyakan bukan hanya "Bagaimana kita dapat menjangkau pelanggan kita?" melainkan juga "Bagaimana pelanggan kita dapat menjangkau kita?"

Kegiatan promosi harus dilaksanakan secara efektif dengan maksud untuk menaikkan jumlah penjualan dan menciptakan permintaan yang efektif. Bentuk-bentuk promosi yang kita ketahui seperti Periklanan, Promosi Penjualan, Penjualan Pribadi, Pemasaran Langsung dan Hubungan Masyarakat biasa disebut bauran promosi.

Agar promosi perusahaan efektif, sasaran promosinya haruslah didefinisikan secara jelas. Karena bauran promosi yang tepat bergantung pada apa yang ingin

dicapai perusahaan. Mengingat 3 sasaran dasar promosi : Menginformasikan, Meyakinkan dan Mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Semua ini akan dapat mempengaruhi perilaku pembeli melalui pemberian informasi lebih banyak.

PT. Excelcomindo Pratama, Tbk Cabang Medan atau XL, merupakan salah satu Operator Telekomunikasi terdepan di Indonesia. Di tengah pesatnya industri telekomunikasi yang berkembang, PT. Excelcomindo Pratama, Tbk Cabang Medan atau XL mau tidak mau harus meramu bauran promosi yang efektif, dalam upaya menghadapi persaingan untuk merebut pasar yang semakin kompetitif sifatnya dan demi meningkatnya volume penjualan.

Hal inilah yang membuat penulis ingin mengetahui bauran promosi yang dilaksanakan PT. Excelcomindo Pratama, Tbk Cabang Medan terhadap usahanya dalam meningkatkan volume penjualan dari tahun 2000 sampai 2004.

Mengingat pentingnya hubungan bauran promosi terhadap peningkatan volume penjualan, penulis merasa tertarik untuk meneliti lebih lanjut dan menuangkannya dalam bentuk skripsi dengan judul.

**HUBUNGAN BAURAN PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PADA PT. EXCELCOMINDO PRATAMA Tbk CABANG MEDAN.**