

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Alasan Pemilihan Judul

Strategi promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program penjualan. Mengingat begitu ketatnya persaingan dipasar maka setiap perusahaan harus dapat mengembangkan strategi pemasaran dengan baik, dan salah satu strategi pemasaran tersebut adalah strategi promosi. Walau bagusnya suatu produk apabila konsumen belum pernah mendengarnya. melihatnya, ataupun merasakannya bagaimana mereka yakin produk itu akan berguna bagi mereka, maka ketidaktahuannya inilah yang membuat mereka tidak akan pernah membelinya.

Serangan pada penjualan yang digencarkan melalui promosi adalah supaya, mereka dapat menginformasikannya, mempengaruhi dan membujuk supaya mereka mengenal beberapa produk dan melakukan survei, bagaimanakah tanggapan mereka mengenai produk tersebut.

Setiap perusahaan memiliki target penjualan yang diharapkan nantinya dapat tercapai sesuai dengan yang telah ditargetkan sebelumnya, dalam masalah ini tentunya strategi promosi memiliki peranan yang sangat penting dalam membantu mencapai target perusahaan.

Persaingan produk juga telah menyebabkan peningkatan biaya belanja iklan dan sejumlah kegiatan promosi lainnya sebagai upaya untuk merebut perhatian konsumen. Strategi promosi yang tepat dapat menghindari perusahaan dari kegiatan yang tidak efektif dan efisien.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa begitu pentingnya peranan strategi promosi bagi perusahaan, maka penulis merasa tertarik dan perlu untuk melakukan penelitian dengan judul : Peranan Strategi Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Merek Mayora Pada PT. Inbisco Niagatama Semesta Binjai.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan yang penulis lakukan pada PT. Inbisco Niagatama Semesta Binjai, ditemukan masalah sebagai berikut : Strategi promosi yang dijalankan belum efektif sehingga target penjualan tahun 2002-2006 belum tercapai.

## **C. Hipotesis**

"Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap suatu masalah yang kebenarannya masih memerlukan pembuktian melalui penelitian".<sup>1</sup> Berdasarkan masalah diatas maka penulis membuat hipotesis sebagai berikut : Jika strategi promosi dijalankan dengan efektif maka pemasaran akan berhasil dan target penjualan akan tercapai.

## **D. Luas dan Tujuan Penelitian**

Karna terbatasnya pengetahuan, dana, waktu dan tenaga yang ada penulis, maka skripsi penulis batasi hanya pada masalah peranan strategi promosi dalam

1. J. Supriatno, *Metode Riset Lapangan*, Fakultas Ekonomi UI, Jakarta, 1995, Halaman 75.