

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia usaha, pemasaran merupakan sesuatu yang sangat penting. Sebab jika perusahaan tidak dapat menjual produknya kepada para konsumen maka dapat mengakibatkan kerugian bagi perusahaan, yang pada akhirnya akan mengakibatkan seluruh aktivitas yang ada dalam perusahaan akan terhenti. Jika hal tersebut berlanjut maka kelangsungan hidup perusahaan tersebut akan terganggu, oleh karena itu perusahaan harus mampu menjual produknya.

Dalam melaksanakan promosi terdapat proses komunikasi yang menyadarkan calon konsumen akan adanya produk perusahaan. Kegiatan promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya yaitu *Promotional Mix* artinya yang sering disebut kombinasi dari variabel promosi, yaitu periklanan, penjualan tatap muka, promosi penjualan, dan publisitas yang dirancang untuk mencapai tujuan program penjualan.

Kegiatan promosi hasilnya tidak dapat diperoleh secara langsung atau dengan kata lain efeknya tidak langsung dapat terlihat, tetapi promosi dilakukan sepanjang kegiatan usaha dilakukan. Besarnya biaya yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk promosi relative besar, maka diharapkan kegiatan promosi pada gilirannya dapat meningkatkan hasil

penjualan. Oleh karena itu promosi selayaknya dilakukan terus-menerus untuk tercapainya tujuan perusahaan. Pentingnya kegiatan promosi juga dirasakan oleh PT. Ide Jaya Kreasindo, bergerak dalam bidang jasa *Event Organizer*. *Event Organizer* menghadapi persaingan ketat dengan beberapa kompetitor atau yang bergerak dibidang yang sama. Hal tersebut mengharuskan PT. Ide Jaya Kreasindo untuk meningkatkan usahanya dalam menghadapi persaingan dengan mengevaluasi strategi pelaksanaan promosi PT. Ide Jaya Kreasindo itu sendiri.

Biaya untuk promosi tidaklah murah, untuk itu harus dapat dimanfaatkan secara optimal agar penggunaan budget promosi secara efisien dengan memilih jenis promosi yang tepat untuk meningkatkan target penjualan.

Berdasarkan uraian tersebut penulis mengambil tema tentang **“Analisis Biaya Promosi dalam Meningkatkan Hasil Penjualan paa PT. Ide Jaya Kreasindo”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah dijelaskan maka dapat dibuat perumusan permasalahannya sebagai berikut:

Apakah biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan dapat meningkatkan hasil penjualan PT. Ide Jaya kreasindo?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan karya ilmiah ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa jumlah biaya promosi serta jenis promosi yang memberikan kontribusi terbesar dalam upaya meningkatkan hasil penjualan pada PT. Ide Jaya Kreasindo.

2. Manfaat Penulisan

a. Bagi Penulis

Sebagai sarana pengembangan wawasan dan diharapkan mampu mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama masa perkuliahan dan mencari solusi bagi permasalahan yang timbul di dunia nyata.

b. Bagi Pengelola PT. Ide Jaya Kreasindo

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan dan sebagai rekomendasi dalam melakukan biaya promosi pemasaran.

c. Bagi Universitas

Sebagai pelengkap arsip Karya Ilmiah Universitas yang dibuat oleh mahasiswa serta untuk dapat mengetahui kemampuan mahasiswa di dalam menerapkan pengetahuan yang didapatkan selama perkuliahan.

d. Bagi Pembaca

Sebagai bahan informasi dan referensi penulis lain yang akan menulis Karya Ilmiah.