

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 kepada para konsumen secara lancar serta terus menerus.

Dalam melaksanakan kegiatan pemasaran, salah satu cara yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah adanya kegiatan promosi. Dengan promosi perusahaan dapat menyampaikan informasi mengenai kualitas, harga, merk dan informasi-informasi lainnya. Promosi juga dapat dilakukan untuk membujuk, mengajak, meyakinkan bahkan mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk yang ditawarkan.

Dalam kegiatan promosi terdapat proses komunikasi yang menyadarkan calon konsumen akan adanya produk perusahaan. *Promotional mix* merupakan kombinasi dari variabel-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 dibutuhkan waktu sebelum terjadi penjualan. Besarnya biaya yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk promosi relative besar, maka diharapkan usaha ini dapat meningkatkan jumlah pembeli yang pada akhirnya meningkatkan hasil penjualan. Oleh karena itu merupakan suatu proses yang terus menerus untuk tercapainya tujuan perusahaan.

Pentingnya kegiatan promosi juga dirasakan oleh CV Surya Akbar, sebuah badan usaha yang menjual bermacam-macam kebutuhan pokok yaitu, pakaian. Badan usaha tersebut menghadapi persaingan ketat dengan beberapa badan usaha lainnya atau toko-toko yang serupa. Hal tersebut mengharuskan CV Surya Akbar untuk meningkatkan usahanya dalam menghadapi persaingan dengan mengevaluasi biaya promosi dari CV Surya Akbar itu sendiri.

Dalam uraian di atas penulis berkeinginan untuk mengkaji lebih dalam mengenai usaha promosi pemasaran yang dilakukan CV Surya Akbar yaitu dalam hal biaya promosi. Untuk itu penulis mencoba menyusun Karya Ilmiah dengan judul “**Analisis Biaya Promosi dalam Meningkatkan Hasil Penjualan pada CV Surya Akbar**”.

B. Perumusan Masalah

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

- a. Bagaimana hubungan biaya promosi dalam meningkatkan hasil penjualan CV. Surya Akbar ?

C. Tujuan dan Manfaat Penulisan

1. Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan karya ilmiah ini adalah untuk mengetahui hubungan biaya promosi dalam meningkatkan hasil penjualan CV. Surya Akbar

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 CV Surya Akbar

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi sumbangan saran positif dan sebagai rekomendasi dalam melakukan perancangan strategi 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.