

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Sebagaimana telah diketahui, bahwa tidak satu perusahaanpun yang mampu bertahan, apabila perusahaan tersebut tidak dapat memasarkan ataupun menjual barang-barang atau jasa yang dihasilkannya. Ini berarti bagaimanapun baiknya kegiatan dalam perusahaan, tetapi kalau perusahaan tidak mampu menjual barang atau jasa yang dihasilkannya, perusahaan tersebut akan bangkrut. Hal tersebut menunjukkan betapa pentingnya peranan pemasaran dalam menentukan kelangsungan hidup perusahaan secara keseluruhan.

Di dalam perusahaan yang berorientasi pada pasar penjual tidak hanya memproduksi dan mencapai standard yang ditetapkan perusahaan, melainkan harus sesuai dengan keinginan konsumen. Hal ini setiap kebutuhan konsumen dapat terpenuhi dalam meningkatkan kepuasannya. Oleh sebab itu perusahaan yang ingin maju dan berkembang harus berusaha memproduksi produk dengan orientasi pasar, sehingga tercapai pasar sasaran produknya. Di samping itu perusahaan tidak boleh bersifat pasif dalam memasarkan produknya, tetapi harus bersifat aktif sehingga volume (target market) penjualan dapat terus meningkat.

Untuk itu perusahaan perlu memanfaatkan peluang yang ada dengan menggunakan strategi pemasaran. Adapun strategi pemasaran yang perlu diperhatikan dalam merebut pembeli potensial adalah strategi produk, harga, promosi dan

distribusi. Oleh karena itu supaya strategi pemasaran dapat lebih baik serta target pasar dari satu produk pada periode tertentu tercapai maka perlu :

1. Membuat perencanaan di bidang pemasaran
2. Membuat pengarahannya pelaksanaan di bidang pemasaran
3. Menjalankan pengawasan di bidang pemasaran.

Dalam hal ini suatu strategi pemasaran yang biasanya dilaksanakan oleh setiap perusahaan adalah dengan mengadakan aktivitas-aktivitas dibidang pemasaran, yang mana pemasaran ini adalah sebagian dari alat untuk meningkatkan volume penjualan. Dengan mengadakan pemasaran, perlu diusahakan cara pemakaian dan penyuguhan yang efektif sehingga biaya dapat ditekan sekecil mungkin maupun menghindarkan pemborosan.

Hal ini merupakan cara perusahaan untuk mengetahui persaingan dan akhirnya diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan untuk mempertahankan kelangsungan hidup serta mengusahakan tercapainya tingkat pertumbuhan perusahaan.

Selain meningkatkan volume di bidang penjualan strategi pemasaran juga mampu memberikan kontribusi terhadap kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Karena dengan strategi pemasaran yang tepat maka pelanggan akan dilayani secara baik dan bagi pelanggan baru strategi pemasaran akan menginformasikan kepadanya tentang suatu produk.

Penelitian ini akan dilakukan di Hotel Grand Nanggroe Banda Aceh. Sebagai sebuah hotel yang dikenal di Kota Banda Aceh, maka Hotel Grand Nanggroe Banda Aceh juga melakukan strategi pemasaran dalam memasarkan produk-produknya