

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Sebagaimana telah diketahui, tidak satu perusahaan pun 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 tersebut tidak menjalankan strategi pemasaran yang baik maka perusahaan tersebut akan bangkrut. Hal tersebut menunjukkan betapa pentingnya peranan pemasaran dalam menentukan kelangsungan hidup perusahaan secara keseluruhan.

Didalam perusahaan yang berorientasi pada pasar, penjualan tidak hanya memproduksi dan mencapai standar 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. Disamping 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 kebijaksanaan-kebijaksanaan pemasaran. Adapun kebijaksanaan pemasaran yang perlu diperhatikan dalam merebut pembeli potensial adalah

kebijaksanaan produk, harga, promosi dan distribusi. Oleh karena itu supaya kebijaksanaan pemasaran dapat lebih baik serta target pasar atau produk pada periode tertentu tercapai maka perlu :

1. Membuat perencanaan dibidang pemasaran
2. Membuat pengarahannya pelaksanaan dibidang pemasaran.
3. Menjatankan pengawasan dibidang pemasaran.

Dalam hal ini suatu kebijaksanaan pemasaran yang biasanya dilaksanakan oleh setiap perusahaan adalah dengan mengadakan aktivitas-aktivitas dibidang pemasaran. Jika melihat perkembangan penjualan PT. Sinar Sosro Medan telah menunjukkan volume penjualan yang terus meningkat, akan tetapi belum memperoleh target yang telah direncanakan. Namun demikian dengan adanya saingan maka penerapan strategi pemasaran sangat diperlukan untuk memperoleh peningkatan volume penjualan.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan suatu penelitian dengan judul **“Strategi Pemasaran Dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Teh Botol Sosro pada PT. Sinar Sosro Medan”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan yang dilakukan, ditemukan adanya masalah yang berkaitan dengan pemasaran yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

“Strategi pemasaran yang dijalankan perusahaan belum efektif, sehingga target penjualan belum tercapai”.