

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Alasan Pemilihan Judul.

Untuk mendirikan suatu perusahaan dengan menanamkan sejumlah modal sudah tentu mempunyai tujuan - tujuan tertentu, tujuan tersebut dapat bersifat sosial dan dapat pula bersifat ekonomis. Dalam menjalankan kegiatan - kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, baik perusahaan - perusahaan besar maupun kecil tidak akan terlepas dari kegiatan pemasaran, karena pemasaran merupakan suatu aktivitas yang berinteraksi dari berbagai aktivitas dalam meningkatkan volume penjualan. Hal ini berarti bahwa pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang harus dijalankan oleh setiap perusahaan dalam usahanya mempertahankan kelangsungan hidup dan memperoleh laba.

Agar perusahaan dapat berhasil dalam memasarkan hasil produknya, perusahaan harus mampu mengembangkan produk yang dipasarkan sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk dapat mengetahui keinginan konsumen tersebut perusahaan harus mengadakan riset pasar terlebih dahulu. Untuk meningkatkan hasil penjualan maka perlu ditetapkan suatu strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang baik akan mengakibatkan perusahaan lebih unggul dari perusahaan sejenisnya. Strategi pemasaran yang diterapkan suatu perusahaan cenderung berbeda dari perusahaan lainnya, oleh karena itu strategi yang baik pada suatu perusahaan belum tentu dapat diterapkan pada perusahaan lainnya walaupun perusahaan itu sejenis.

Sistem pemasaran tergantung pada berbagai hal diantaranya adalah komoditi yang dihasilkan perusahaan tersebut dan konsumen yang diharapkan untuk membeli dan melihat banyaknya strategi pemasaran yang diterapkan oleh suatu perusahaan, maka berdasarkan hal tersebut penulis ingin mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Kawasan Industri Medan (Persero) dalam usaha meningkatkan penjualan. Oleh karena itu penulis memilih judul untuk skripsi ini “Strategi Pemasaran Dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Lahan Industri Pada PT. Kawasan Industri Medan (Persero)”.

Penulis memilih PT. Kawasan Industri Medan (Persero) sebagai obyek penelitian dan pembahasan, untuk mengetahui bagaimana perusahaan tersebut dapat mengembangkan produknya dalam usaha meningkatkan penjualan lahan / tanah.

## **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 ”.

## **C. Hipotesis.**

Hipotesis sangat penting artinya sebagai pedoman di dalam mengumpulkan dan menganalisa data yang diperlukan dalam penelitian agar sasaran penelitian menjadi lebih terfokus.