

# BAB I

## PENDAHULUAN

*latar belakang masalah*

### A. Alasan Pemilihan Judul

Dalam dunia pemasaran, kegiatan memperkenalkan, meyakinkan dan mengingatkan kembali manfaat produk kepada pembeli lazim disebut dengan kegiatan promosi.

Sebelum produk yang dihasilkan perusahaan sampai ke tangan konsumen, maka perusahaan harus terlebih dahulu memberikan informasi tentang keberadaan produk tersebut, manfaat produk dan hal lain menyangkut produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Hal ini akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian terhadap produk perusahaan. Kebijakan yang ditempuh untuk mempermudah penyampaian informasi antara perusahaan sebagai produsen dan konsumen salah satunya adalah kegiatan promosi.

Jadi, betapapun bermanfaatnya suatu produk, produk itu tidak akan mampu menemukan sendiri pembelinya. Produsen harus menciptakan permintaan dengan memberitahukan kepada para pembeli bahwa produk yang bersangkutan telah beredar di pasar.

Untuk itu menetapkan strategi promosi yang tepat dan terarah sangat penting dalam mencapai peningkatan volume penjualan. Strategi promosi tersebut menyangkut pemilihan alternatif dari media yang akan digunakan, juga kombinasi yang tepat dari bentuk-bentuk kegiatan promosi.

PT. Gramedia Asri Media Cabang Medan Gajah Mada Medan adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan buku, yakni membeli buku untuk kemudian dijual langsung kepada konsumen. Untuk memperkenalkan dan memberitahukan barang-barangnya kepada konsumen, perusahaan ini menggunakan promosi dalam berbagai bentuk antara lain : periklanan, promosi penjualan maupun penjualan perscorangan.

Kegiatan promosi yang dijalankan oleh perusahaan ini telah direncanakan dengan seksama, baik mengenai media yang akan digunakan maupun besarnya anggaran biaya promosi tersebut, namun jika dilihat dari realisasi penjualan buku sejak tahun 2001 sampai dengan tahun 2005 belum mencapai target yang diharapkan.

Berdasarkan alasan-alasan yang dikemukakan di atas, penulis merasa tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang promosi dan menuangkannya dalam karya ilmiah dalam bentuk skripsi dengan judul : **"Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Buku Pada PT. Gramedia Asri Media Cabang Medan Gajah Mada Medan."**

#### **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan alasan pemikiran judul dirumuskan masalah sebagai berikut : **"Seberapa besar Peranan Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan"**.