

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada saat ini, persaingan di dalam dunia bisnis semakin ketat. Hal ini memicu para pelaku bisnis melakukan berbagai upaya yang dijadikan sebagai senjata dalam meningkatkan penjualan di perusahaannya. Penjualan yang memiliki peran penting dalam suatu perusahaan sangat perlu diperhatikan, karena penjualan yang menentukan besar kecilnya keuntungan suatu perusahaan. Berhasil tidaknya pencapaian tujuan perusahaan juga sangat bergantung pada penjualan dan laba yang diperoleh suatu perusahaan. Perusahaan harus melakukan berbagai upaya dan strategi yang benar agar dapat meningkatkan penjualan perusahaan sehingga dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan bisa bersaing dengan perusahaan lain.

Promosi berpengaruh besar terhadap tingkat penjualan suatu perusahaan, karena promosi digunakan untuk menginformasikan, mensosialisasikan kegunaan produk kepada pelanggan serta dapat dijadikan alat untuk mempengaruhi dan menarik pelanggan. Promosi yang menarik akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan keinginan belanja ulang pelanggan.

Promosi sebagai suatu komunikasi pemasaran dapat menyebarkan informasi mengenai produk dan jasa sehingga dapat meningkatkan penjualan perusahaan. Untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain, setiap perusahaan

dituntut melakukan berbagai strategi promosi yang menarik agar dapat bersaing dengan kompetitor.

Aktivitas promosi perusahaan harus sejalan dengan rencana pemasaran yang diarahkan dan dikendalikan untuk mengembangkan laju perusahaan. Promosi yang tidak diarahkan atau tidak terkendali justru akan menurunkan tingkat penjualan perusahaan sehingga biaya yang dikeluarkan untuk promosi hanya menjadi pemborosan, sedangkan saluran pemasaran yang digunakan oleh semua perusahaan untuk memproduksi barang dengan kualitas yang baik, namun banyak pula yang gagal memenuhi target pasarnya. Hal ini disebabkan oleh kebijakan pemasaran perusahaan yang kurang tepat sehingga barang yang dihasilkan kurang laku di pasar dan menyebabkan banyak konsumen merasa kurang puas. Keadaan seperti ini akan menurunkan omset atau penjualan perusahaan.

Berkaitan dengan pentingnya masalah promosi dan strategi pemasaran, maka hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan PT Berkat Anatasia, yakni sebuah perusahaan dagang yang bergerak di bidang *general supplier baygon* di kota batam, dimana dalam upaya meningkatkan penjualan perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Seiring dengan masyarakat yang bertambah terus dari tahun ke tahun di Kota Batam, maka perusahaan yang ada juga terus bertambah. Terdapat banyak sekali distributor produk anti nyamuk di kota batam seperti produk *Baygon, Hit, Vape, NoMos* dan lain sebagainya. Para distributor berlomba-lomba untuk memasarkan produk dan jasa serta memenuhi keinginan atau kebutuhan pasar. Para pengusaha juga terus berusaha ingin menguasai pasar yang ada.

PT Berkat Anatasia sebagai distributor baygon di kota batam selalu berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, dengan merencanakan program promosi yang baik agar dapat menarik perhatian pelanggan. Pelanggan cenderung memilih membeli produk dalam jumlah banyak apabila program promosi yang ditawarkan menarik dan bisa bersaing dengan promosi yang di tawarkan kompetitor.

PT Berkat anatasia selalu menganalisis kondisi pasar terlebih dahulu sebelum menetapkan program pemasaran terhadap produk agar tidak terjadi kerugian. Strategi terhadap program pemasaran yang diterapkan dapat berupa penetapan harga jual yang lebih rendah dibandingkan pesaing, kualitas produk yang lebih baik dan penjabaran promosi produk yang lebih menarik seperti iklan, pemberian potongan harga dan lainnya. Hanya saja kadang kala program pemasaran yang diterapkan tidak sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.

Untuk lebih jelasnya mengenai kondisi pemasaran PT Berkat Anatasia, berikut ini akan disajikan data Distribusi Produk *Baygon Aerosol* pada PT Berkat Anatasia di Kota Batam dari bulan Januari sampai dengan Desember 2016, yaitu.

Tabel 1.1 Data Penjualan Produk *Baygon Aerosol* Tahun 2016

No	Bulan	Target Jumlah /dus	Realisasi Jumlah /dus	Pencapaian (%)
1	Januari	4100	3705	90,36
2	Februari	3950	2968	75,06
3	Maret	3950	4960	125,6
4	April	3900	5811	149,0
5	Mei	4100	3180	77,56
6	Juni	3950	4264	107,9
7	Juli	3800	2807	73,87

Lanjutan Tabel 1.1

8	Agustus	4000	4569	114,2
9	September	4300	3018	70,19
10	Oktober	3900	4100	105,1
11	November	3900	3540	90,77
12	Desember	3950	3909	98,96

Sumber: *Sales Department* PT Berkas Anatasia, 2017

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa Penjualan Produk *Baygon Aerosol* dari bulan Januari sampai dengan Desember 2016 pada PT Berkas Anatasia di Kota Batam tidak stabil dari bulan ke bulan. Terdapat peningkatan dan penurunan dratis antar setiap bulan.

Penelitian ini diperkuat oleh penelitian (Batubara & Hidayat, 2016) yang berjudul “Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan variabel penetapan harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan pada PSA Mihin Lanka Airlines.

Penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian (Kiumarsi, Jayaraman, Isa, & Varastegani, 2014) yang berjudul “*Marketing strategies to improve the sales of bakery products of small-medium enterprise (SMEs) in Malaysia*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran berpengaruh signifikan dalam meningkatkan penjualan.

Adanya permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh PT Berkas Anatasia. Maka peneliti melaksanakan penelitian ini dengan judul “Pengaruh

Promosi dan Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Baygon Pada PT Berkat Anatasia di Kota Batam“

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas sehingga peneliti melakukan identifikasi masalah, adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut.

1. Didapatkan masalah bahwa adanya ketidakstabilan omset bulanan perusahaan;
2. Didapatkan masalah bahwa program promosi dan potongan penjualan menjadi daya tarik beli pelanggan;
3. Didapatkan masalah bahwa semakin banyak pengusaha bersaing dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar;
4. Didapatkan masalah bahwa promosi yang ditawarkan perusahaan tidak sesuai dengan yang diharapkan pelanggan;
5. Didapatkan masalah bahwa kualitas produk juga diperhatikan dan diperbandingkan oleh pelanggan.

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka batasan masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut.

1. Peneliti menggunakan promosi dan strategi pemasaran sebagai variabel bebas dan upaya meningkatkan penjualan sebagai variabel terikat.
2. PT Berkat Anatasia di Kota Batam sebagai objek penelitian.

3. Alat analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dan koefisien determinasi (R^2).
4. Peneliti membatasi masalah-masalah dalam penelitian ini dari bulan Januari 2016 sampai dengan Desember 2016.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diambil perumusan masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut.

1. Apakah promosi berpengaruh signifikan dalam upaya meningkatkan penjualan baygon pada PT Berkat Anatasia ?
2. Apakah strategi pemasaran berpengaruh signifikan dalam upaya meningkatkan penjualan baygon pada PT Berkat Anatasia ?
3. Apakah promosi dan strategi pemasaran berpengaruh signifikan secara simultan dalam upaya meningkatkan penjualan baygon pada PT Berkat Anatasia?

1.5. Tujuan Penelitian

Relevan dengan rumusan masalah di atas, maka adapun tujuan dari penelitian ini, sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi dalam upaya meningkatkan penjualan baygon pada PT Berkat Anatasia.
2. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan penjualan baygon pada PT Berkat Anatasia.

3. Untuk mengetahui pengaruh promosi dan strategi pemasaran secara simultan dalam upaya meningkatkan penjualan baygon pada PT Berkat Anatasia.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoristis (Keilmuan)

1. Manfaat Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan pembaca mengenai pemasaran khususnya tentang promosi dan strategi pemasaran serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi penelitian selanjutnya jika pembaca tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan topik permasalahan yang sama.

2. Manfaat Bagi Peneliti Lanjutan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi bagi para mahasiswa berikutnya sekaligus menjadi bahan komparasi untuk penelitian sejenis.

1.6.2. Manfaat Praktis (Guna Laksana)

1. Manfaat Bagi Perusahaan (PT Berkat Anatasia)

Penelitian dapat memberikan saran dan masukan yang mungkin bermanfaat bagi kepentingan perusahaan dalam melakukan promosi dan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan sehingga masalah yang dihadapi dapat diatasi dan diselesaikan.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Agar dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan bahan referensi untuk peneliti selanjutnya di fakultas ekonomi yang terkait dengan manajemen pemasaran terutama mengenai pengaruh promosi dan strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan penjualan.