

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Berkembangnya zaman yang semakin maju dan didukung oleh perkembangannya teknologi yang mutakhir, kehidupan dunia usaha mengalami persaingan yang semakin ketat sehingga suatu perusahaan. Pada umumnya tujuan perusahaan adalah mempertahankan dan mengembangkan usahanya serta berupaya mendapatkan keuntungan yang tinggi demi mendukung tujuan jangka panjang perusahaan. Perkembangnya usahanya yaitu dengan melebarkan sayap perusahaan agar menjadi lebih besar.

Kemajuan dibidang perekonomian selama ini telah banyak membawa perkembangan yang cukup pesat dalam dunia usaha. Hal tersebut bisa dilihat dari banyaknya perusahaan-perusahaan baru yang memasuki pasar. Dengan semakin banyaknya perusahaan-perusahaan yang ada dipasar maka akan berakibat timbulnya persaingan antara perusahaan-perusahaan tersebut, baik persaingan antara perusahaan sejenis maupun persaingan antar perusahaan yang tidak sejenis. Agar perusahaan dapat bertahan hidup dan dapat bersaing, maka perusahaan dituntut untuk mengadakan perbaikan dan peningkatan kegiatan dibidang pemasaran. Penentuan strategi pemasaran yang tepat akan mendorong pembelian konsumen dalam jumlah yang banyak.

Promosi mengambil peranan penting dalam meningkatkan penjualan karena penjualan berhubungan dengan kelangsungan perusahaan yang

bersangkutan. Perusahaan dalam mencapai tujuan tersebut harus lebih mementingkan kebutuhan dan keinginan konsumen yang berarti perusahaan membuat apa yang dapat dijual berdasarkan kebutuhan konsumen. Apalagi dalam kegiatan promosi dan penjualan mengalami berbagai hambatan, berarti perusahaan mengalami kesulitan kesulitan pemasaran yang dihasilkan sehingga akan menurunkan tingkat penjualan. Pengaruh promosi dan penjualan disektor pemasaran produk yang dihasilkan, akan menunjang tugas bagian penjualan untuk mengenal dan mencari para konsumen atau pemakai bahkan usahakan untuk mendapatkan pelanggan. Begitu pentingnya sektor pemasaran, maka sudah sewajarnya perusahaan mengetahui apa, dimana dan bagaimana strategi pemasaran digunakan. Peranan pemasaran dari kemampuannya perusahaan untuk lebih berperan dipasar dengan memanfaatkan dan mencari peluang pasar. Tugas perusahaan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran adalah memberikan rangsangan kepada konsumen agar tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Rangsangan tersebut dapat berupa penjualan perseorangan yang dilakukan karyawan melalui berbagai cara penyampaian produk, rangsangan melalui media komunikasi baik media cetak ataupun elektronik guna yang menyampaikan keunggulan produk yang dijual. Promosi dapat juga diartikan sebagai kegiatan komunikasi untuk meningkatkan nilai penjualan dengan melakukan perikalan dan usaha-usaha lain yaitu customer gathering. Dalam melakuan promosi PT. Nipsea Paint And Chemicals membuat iklan dan *customer gathering*.

Hal ini bertujuan memberi informasi, menarik perhatian dan selanjutnya memberi pengaruh dalam peningkatan penjualan. Dari sini terlihat bahwa komponen-komponen promosi yang terdiri dari periklan dan promosi penjualan merupakan customer gathering harus direncanakan secara mendetail sehingga dapat bergerak menuju sasaran yang ditetapkan yaitu peningkatan nilai penjualan.

Periklan diyakini sebagai salah satu faktor yang penting dalam penyampaian informasi perusahaan, periklan yang telah dilakukan oleh PT. Nipsea Paint And Chemicals Medan tentu mempunyai pengaruh yang besar dalam membangun perusahaan ini sehingga menjadi sedemikian rupa. Periklan merupakan salah satu variabel dari promosi yang banyak digunakan berbagai perusahaan baik itu menjual barang, sebab meskipun mengeluarkan dana yang besar tetapi memiliki pengaruh yang besar pula untuk menarik minat pembeli. Tujuan periklan yang utama adalah menjual atau meningkatkan penjualan barang, selain melalui iklan mempromosikan produknya. PT. Nipsea Paint And Chemicals Medan juga melakukan customer gathering yaitu dengan memperkenalkan produk-produknya dan juga keunggulan dari produk tersebut kepada para mandor dan tukang cat yang mengikuti acara nippon painters gathering yang dilakukan oleh PT. Nipses Paint And Chemicals Medan. Para mandor dan tukang cat mendapatkan materi berupa pengalaman Nippon Pain, edukasi *colour creations machine* atau mesin tinting Nippon Paint dan seputar produk unggulan yang dimiliki Nippon Paint Indonesia.

PT. Nipsea Paint And Chemicals Medan menyadari manfaat promosi yang dilakukan perusahaan dengan membuat iklan dan customer gathering terhadap

tingkat penjualan untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan. Berdasarkan dari uraian tersebut diatas, maka penulisan tertarik untuk memilih judul skripsi tentang **“Pengaruh Iklan dan *Customer Gathering* Terhadap Tingkat Penjualan pada PT. Nipsea Paint And Chemicals Medan”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dapat diidentifikasi beberapa masalah yaitu :

1. Banyak produk palsu dengan harga yang lebih murah yang memberikan persepsi buruk terhadap produk pada PT. Nipsea Paint And Chemicals Medan.
2. Penggunaan media elektronik seperti memasang iklan di TV yang belum dimaksimalkan dan membuat *customer gathering* yang belum dimaksimalkan.
3. Merek kompetitor dengan kualitas yang sama, dan bahkan lebih baik, menawarkan harga yang lebih murah.

1.3. Batasan Masalah

Kegiatan promosi yang diselenggarakan perusahaan dengan maksud dan tujuan untuk meningkatkan penjualan, agar kelangsungan hidup perusahaan tetap eksis dan berkembang. Pada umumnya jenis kegiatan promosi yang dilakukan PT. Nipsea Paint And Chemicals Medan yaitu iklan dan *customer gathering*. Dalam penelitian ini penulis membatasi permasalahan yaitu tentang pengaruh iklan dan *customer gathering* terhadap tingkat penjualan pada PT. Nipsea Paint And Chemicals Medan.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan diatas maka permasalahan pokok yang akan dibahas pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh iklan terhadap tingkat penjualan pada PT. Nipsea Paint And Chemicals Medan?
2. Bagaimana pengaruh *customer gathering* terhadap tingkat penjualan pada PT. Nipsea Paint Chemicals Medan?
3. Bagaimana pengaruh iklan dan *customer gathering* terhadap tingkat penjualan pada PT. Nipsea Paint Chemicals Medan?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh iklan terhadap tingkat penjualan pada PT. Nipsea Paint And Chemicals Medan.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *customer gathering* terhadap tingkat penjualan pada PT. Nipsea Paint Chemicals Medan.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh iklan dan *customer gathering* terhadap tingkat penjualan pada PT. Nipsea Paint Chemicals Medan.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, diantaranya :

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dalam meningkatkan penjualan produk dengan melakukan promosi sehingga perusahaan dapat mengetahui bagaimana cara

melakukan promosi dengan menggunakan iklan dan *customer gathering* yang lebih baik lagi sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan produknya.

2. Bagi Penulis

Sebagai pemahaman lebih lanjut dalam bidang pemasaran khususnya yang berkaitan dengan produk dan promosi yang dilakukan yang penulis peroleh selama proses perkuliahan.

3. Bagi Pihak Lain

Sebagai bahan masukan bagi yang membutuhkan pada masa yang akan datang untuk penelitian lebih lanjut dan sebagai bahan tambahan referensi.

