

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia bisnis yang semakin berkembang dan didukung oleh kemajuan teknologi yang demikian pesat dapat memicu tumbuhnya perusahaan-perusahaan baru yang berkompetensi dalam bidangnya, hal tersebut menuntut perusahaan untuk dapat melakukan yang terbaik dalam menjalankan kegiatan usahanya sehingga perusahaan harus memiliki suatu keunggulan kompetitif untuk dapat bertahan dan menang dalam suatu kompetisi yang berkembang saat ini.

Setiap perusahaan pasti menginginkan agar produk yang dihasilkannya dapat dikenal oleh konsumen secara baik dan promosi merupakan salah satu faktor penentu dalam keberhasilan tersebut karena informasi-informasi yang ditujukan pada konsumen dapat memengaruhi pemikiran serta tindakan konsumen akan produk tersebut. Media televisi dan promosi penjualan merupakan salah satu alat bagi perusahaan yang paling efektif untuk dapat menyampaikan suatu informasi bagi konsumen.

Salah satu produk yang menggunakan media iklan televisi dan promosi penjualan adalah produk Nutrisari. Produk Nutrisari merupakan salah satu produk minuman bernutrisi terbaik di kelasnya dan merupakan salah satu *brand* yang diunggulkan dari Nutrifood dengan memiliki *brand awareness* yang tinggi dan *brand image* yang melekat kuat pada produknya, buktinya bahwa produk Nutrisari ini telah mendapatkan penghargaan 8 kali berturut-turut sebagai merek terbaik dalam kategori

Minuman Bernutrisi di Indonesia sehingga pada saat ini Nutrisari masih menjadi *top of mind* di persepsi masyarakat (www.the-marketeers.com, 9 Maret 2011). Iklan dan promosi penjualan merupakan salah satu faktor yang membuat suatu produk memiliki *brand awareness* yang tinggi.

Iklan adalah setiap bentuk komunikasi yang dimaksudkan untuk memotivasi seorang pembeli potensial dan mempromosikan penjualan suatu produk atau jasa, untuk memengaruhi pendapat publik, memenangkan dukungan publik, untuk berpikir atau bertindak sesuai dengan keinginan pemasang iklan (Pattis, 1993:1).

Dalam melakukan kegiatan promosinya dengan menggunakan media periklanan produk Nutrisari dinilai sangat baik, terlihat pada media periklanan yang menampilkan slogan jeruk kok minum jeruk yang hingga saat ini slogan tersebut masih menjadi *word of mouth* di masyarakat (www.nutrifood.co.id, 9 Maret 2011). Salah satu varian produk Nutrisari yang menggunakan iklan televisi sebagai media penyampaian pesan adalah produk Nutrisari Frut'en Veg. Produk Nutrisari Frut'en Veg menyampaikan penyampaian pesan yang sangat jelas mengenai pentingnya mengkonsumsi buah-buahan dan sayuran secara seimbang yang kedua hal tersebut terkandung pada komposisi pembuatan produk Nutrisari Frut'en Veg.

Menurut Assauri (1999:255) Promosi Penjualan adalah: "Kegiatan-kegiatan di luar penjualan perseorangan, periklanan, dan publisitas yang menstimulasi pembelian oleh konsumen, misalnya pameran, pertunjukan, demonstrasi serta berbagai kegiatan penjualan luar biasa yang bukan kerja rutin biasa.

Pada aspek promosi penjualan, produk Nutrisari banyak sekali melakukan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan aspek tersebut diantaranya yaitu promo permainan *game the chrinical of super pome quiz*, Nutrisari jeruk organik *story*

puzzle, Nutrisari *vegebattle photo competition* dan baru-baru ini produk Nutrisari Frut'en Veg melakukan suatu kegiatan promosi penjualan dengan cara melakukan promo *buy two get one free* untuk periode bulan Februari hingga bulan Mei, Dengan membeli 2 buah produk Nutrisari Frut'n Veg seharga Rp 4.550/buah nya dengan kemasan berisi 200 ml maka konsumen akan mendapatkan 1 buah produk Nutrisari Frut'en Veg secara gratis.

Berdasarkan pemaparan di atas penulis tertarik untuk ingin mengetahui lebih jelas mengenai **PENGARUH IKLAN TELEVISI DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP *IMAGE* PRODUK NUTRISARI FRUT'EN VEG DI JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA BANDUNG.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

Apakah iklan televisi dan promosi penjualan berpengaruh terhadap *image* produk Nutrisari Frut'en Veg di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha, Bandung ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Untuk menganalisis apakah iklan televisi dan promosi penjualan berpengaruh terhadap *image* produk Nutrisari Frut'en Veg di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha, Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dengan dilaksanakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menambah informasi bagi pembaca. Selain itu sebagai bahan pembanding bagi mereka yang tertarik untuk mengadakan penelitian di bidang yang sama.

2. Manfaat Praktisi

Penelitian ini diharapkan digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk pihak perusahaan dalam membuat suatu strategi pemasaran khususnya mengenai iklan televisi dan promosi penjualan yang memengaruhi *image* pada produk Nutrisari Frut'en Veg.