BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi ini persaingan dalam dunia usaha menjadi ketat dan terbuka. Untuk dapat bertahan dan bersaing dalam dunia usaha yang kompetitif, diperlukan informasi yang memenuhi syarat - syarat informasi yang baik yaitu : akurat, relevan dengan masalah yang dihadapi, up to date, dan dapat disajikan tepat waktu. Informasi tersebut menjadi bahan masukan dalam proses pengambilan keputusan oleh pihak perusahaan.

Kehidupan manusia saat ini sudah semakin maju dan semakin kompleks seiring dengan perkembangan zaman dalam memasuki era globalisasi dan modernisasi ekonomi. Hal ini menyebabkan terjadinya perubahan hampir diseluruh bidang kehidupan. Khususnya bidang yang erat kaitannya dengan kehidupan kita sehari - hari yaitu : bidang ekonomi, perubahan jelas terlihat dengan adanya tuntutan kehidupan manusia yang semakin tinggi. Dengan pendapatan kita yang terbatas, kita berusaha untuk memenuhi kebutuhan yang beragam dan semakin kompleks.

Suatu perusahaan akan terus berkembang seiring dengan berjalannya waktu. Persaingan antar perusahaan pun harus dihadapi, mulai dari bagaimana kita melakukan bauran pemasaran

yang baik sampai bagaimana kita melaksanakan setiap point dari bauran pemasaran guna bertahan menghadapi persaingan ini.

Dalam mencapai tujuan perusahaan, berbagai cara dapat diterapkan antara lain menurut Kotler (2003) bauran pemasaran dapat diklasifikasikan menjadi empat kelompok antara lain : produk (product), harga (price), tempat (place), promosi (promotion). Untuk menarik minat beli pelanggan perusahaan pemasok lebih banyak menggunakan bauran promosi sebagai alat bantu.

Persaingan yang dirasakan dewasa ini semakin menjadi dan yang menjadi pokok permasalahannya adalah menurunnya angka penjualan, hal ini disebabkan selain kurangnya frekuensi promosi penjualan yang dilakukan perusahaan Trijaya Foam juga persaingan yang ketat memaksa perusahaan harus bersaing dengan perusahaan pesaing yang lebih dahulu berdiri serta sudah mempunyai nama diperindustrian spring bed. Masalah lain yang dihadapi perusahaan antara lain :

1. Menurunnya minat beli pelanggan terhadap produk spring bed.
2. Bagaimana promosi penjualan yang dilaksanakan sampai dapat menarik minat beli pelanggan.
3. Bagaimana pula minat beli disalurkan sampai terjadinya proses pembelian.

Sehubungan dengan hal tersebut penulis, tertarik untuk melaksanakan penelitian dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul “ **Promosi Penjualan Spring Bed Dalam Membangkitkan Minat Beli Pelanggan Pada Perusahaan Trijaya Foam Bandung** ”.

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil peninjauan yang telah dilakukan, penulis berupaya untuk menjajaki beberapa pokok permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan berkaitan dengan promosi penjualan dalam membangkitkan minat beli konsumen pada perusahaan Trijaya Foam di Bandung.

Masalahnya dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana kegiatan promosi penjualan yang dilakukan perusahaan.
2. Sejauh mana hubungan promosi penjualan yang dilakukan perusahaan dengan minat beli konsumen.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada indentifikasi masalah maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pelaksanaan promosi penjualan yang dilakukan perusahaan dalam membangkitkan minat beli konsumen.
2. Untuk mengetahui peranan promosi penjualan terhadap minat beli yang dilaksanakan oleh perusahaan Trijaya Foam.

1.4. Kegunaan Penelitian

1. Untuk penulis, sebagai kesempatan untuk menambah pengalaman dan pengetahuan dibidang pemasaran pada umumnya, dan promosi penjualan khususnya.
2. Untuk perusahaan, sebagai usulan perbaikan secara ilmiah yang berguna untuk mengembangkan perusahaan dimasa yang akan datang, khususnya dalam mengelola kebijaksanaan promosi penjualan.