

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan adanya kemajuan ilmu pengetahuan teknologi seperti saat ini untuk mencapai sebuah kesuksesan perusahaan diperlukan suatu konsep pemasaran yang tepat karena untuk dunia usaha saat ini persaingan sangat ketat dan cepat dalam memasarkan suatu produk dan jasanya, dalam pasar juga terdapat suatu tawaran untuk sebuah harga dan promosi yang baik agar dapat menarik konsumen sehingga dapat meningkatkan volume penjualan pada suatu perusahaan.

Harga merupakan suatu nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang barang lain yang bermanfaat serta untuk memperoleh suatu barang atau jasa yang dibutuhkan oleh seseorang dan harga juga menjadi suatu hal yang sangat penting dalam sebuah penjualan produk dan jasa sehingga dapat menghasilkan sebuah keuntungan dari hasil yang didapatkan, jadi dalam setiap penjualan juga harus dapat menetapkan suatu harga yang tepat terhadap suatu barang dan jasa yang akan dijual kepada konsumen karena harga dapat menjadi sebuah pertimbangan konsumen dalam pembelian, apabila perusahaan tidak dapat menetapkan harga yang tepat dan nilai suatu barang dan jasa terlalu tinggi maka akan menyebabkan penjualan menurun dan itu bisa mengakibatkan volume penjualan menurun.

Promosi merupakan suatu kegiatan dan alat komunikasi dengan konsumen yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk menginformasikan, menawarkan, membujuk, mengingatkan, memberitahu serta mempengaruhi minat pelanggan agar membeli suatu produk atau jasa dari yang kita jual untuk mendapatkan sebuah manfaat serta keuntungan dari hasil perolehannya. Dalam melaksanakan suatu kegiatan promosi terdapat berbagai macam alat untuk meningkatkan suatu volume penjualan. Macam alat yang dapat digunakan dalam kegiatan promosi diantaranya seperti yang pertama suatu bentuk dari promosi penjualan secara tidak langsung yang dapat dilakukan dengan memakai media cetak atau elektronik untuk ditunjukkan kepada pembeli atau disebut juga dengan iklan. Kedua adalah penjualan personal merupakan dari suatu bentuk dari sebuah komunikasi secara tatap muka langsung antara seorang penjual dengan pembeli untuk mengenalkan suatu produk dan jasa yang akan dijual sehingga konsumen akan mempunyai minat untuk membelinya. Ketiga pemasaran secara langsung yang berarti adalah suatu penjualan yang dapat dilakukan secara langsung oleh seorang penjual yang berfungsi ditujukan kepada konsumen untuk dapat mempengaruhi minat beli seorang pelanggan atau konsumen. Selanjutnya ada promosi penjualan yang berarti sebuah kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan bentuk promosi diluar perusahaan dan ditujukan langsung kepada konsumen untuk menarik perhatian konsumen sehingga dapat mempengaruhi sebuah pembelian.

Melalui promosi perusahaan dapat memperkenalkan sebuah produk atau jasa yang tepat dipasaran agar dapat menarik konsumen sehingga konsumen dapat

mengetahui bahwa adanya sebuah produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkannya. Jadi promosi yang tepat sangat diperlukan dalam suatu perusahaan karena promosi tidak hanya dapat mempengaruhi ataupun mendorong suatu minat beli konsumen tetapi juga dapat memberikan sebuah informasi kepada konsumen tentang adanya sebuah produk atau jasa yang telah ditawarkan oleh sebuah perusahaan, sehingga dengan hal itu diharapkan untuk dapat meningkatkan volume penjualan pada perusahaan.

Volume penjualan merupakan suatu jumlah dari keseluruhan hasil dari sebuah penjualan suatu produk dan jasa yang terjual untuk mendapatkan suatu keuntungan yang besar pada perusahaan, sehingga dapat mengembangkan suatu usaha yang sedang dilajankan oleh sebuah perusahaan. Apabila perusahaan mendapatkan suatu hasil penjualan yang besar maka keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan menjadi besar dan volume penjualan akan meningkat dengan baik. Begitupun dengan sebaliknya jika suatu perusahaan tidak mendapatkan hasil penjualan yang besar maka perusahaan tidak mendapatkan sebuah keuntungan yang diharapkan sehingga volume penjualan pasti juga akan menurun. Maka dari itu volume penjualan menjadi salah satu tujuan utama untuk perusahaan karena dapat menghasilkan sebuah keuntungan yang diharapkan dan bukan untuk mendapatkan sebuah kepentingan bagi volume penjualan itu sendiri.

PT. Mitra Total Cemerlang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa penjualan perumahan graha tanjung di kota blitar. Perumahan yang berlokasi ditengah kota menyebabkan perumahan Graha Tanjung melambung tinggi.

Selain itu kurangnya promosi yang dilakukan oleh perusahaan karena promosi yang dilakukan oleh perusahaan PT. Mitra Total Cemerlang hanya melalui satu sumber yaitu media sosial olx sehingga penjualan perumahan Graha Tanjung tidak dapat memenuhi volume penjualan. Harga dan promosi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam penjualan karena dengan adanya promosi yang baik dan harga yang tepat maka dapat meningkat volume penjualan.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti ingin mengetahui upaya untuk meningkatkan volume penjualan melalui harga dan promosi di PT. MITRA TOTAL CEMERLANG BLITAR.

B. Permasalahan

Permasalahan yang ada pada PT. Mitra Total Cemerlang adalah menurunnya volume penjualan karena harga perumahan Graha Tanjung yang terlalu tinggi seperti harga perumahan Graha Tanjung tipe 45 dengan luas tanah 136 pada tahun 2014 memiliki harga jual sebesar Rp 290.000.000 pada tahun 2015 kini harga jual perumahan menjadi Rp 320.000.000 dan pada tahun 2016 harga jual perumahan menjadi Rp 330.000.000 sedangkan untuk tipe 38 luas tanah 86 untuk tahun 2014 memiliki harga jual Rp 161.000.000 pada tahun 2015 menjadi Rp 173.000.000 dan pada tahun 2016 harga jual menjadi Rp 183.000.000. Sedangkan harga jual perumahan dari pesaing tahun 2016 untuk tipe perumahan 45 dengan luas tanah 136 memiliki harga Rp 285.000.000 dan tipe 38 dengan luas tanah 86 memiliki harga jual sebesar Rp 160.000.000 dan untuk harga tanah dari pesaing per merterinya memiliki

harga sebesar Rp 247.000 sedangkan untuk harga tanah yang ada di Perumahan Graha Tanjung Blitar untuk per meternya memiliki harga sebesar Rp 250.000. Selain itu kurangnya promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Promosi yang dilakukan oleh PT. Mitra Total Cemerlang hanya melalui sumber media yaitu media sosial OLX sehingga banyak konsumen yang kurang mengetahui akan adanya perumahan Graha Tanjung yang ada di PT. Mitra Total Cemerlang Blitar.

Harga yang terlalu tinggi dibandingkan dengan pesaing dan kurangnya promosi yang dilakukan oleh perusahaan maka dapat mengakibatkan volume penjualan perusahaan menurun dan jika volume penjualan menurun tentunya juga akan merugikan perusahaan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, rumusan masalah yang akan dibahas oleh peneliti adalah bagaimana upaya untuk meningkatkan volume penjualan melalui harga dan promosi di PT. Mitra Total Cemerlang Blitar?

D. Tujuan Penelitian

Adapun suatu tujuan dari sebuah penelitian yang saya lakukan adalah untuk mengetahui upaya untuk meningkatkan volume penjualan melalui harga dan promosi di PT. Mitra Total Cemerlang Blitar.

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Penulis

Untuk menambah suatu pengetahuan dan wawasan ilmu manajemen pemasaran.

2. Bagi Peneliti Berikutnya

Dapat dijadikan suatu bahan referensi dan informasi untuk dapat melakukan sebuah penelitian dengan jenis penelitian yang sejenis.

3. Bagi PT. Mitra Total Cemerlang

Hasil dari penelitian saya ini bisa dijadikan untuk bahan pertimbangan saran dan masukan bagi sebuah perusahaan.

4. Bagi STIE Kesuma Negara Blitar

Sebagai tambahan daftar pustaka atau dapat diajukan untuk penelitian dengan variabel yang sejenis.