

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran merupakan suatu aktivitas dan proses dalam menciptakan, mengkomunikasikan atau memperkenalkan produk kepada khayalalayak luas dengan mengadakan pertukaran nilai harga atau sistem tawaran harga kepada klien, masyarakat atau pelanggan. Strategi pemasaran merupakan strategi yang sering dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk memperkenalkan barang atau jasa dan memenangkan persaingan pasar secara berkesinambungan. Dengan menerapkan strategi pemasaran maka perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan produk perusahaan.

Strategi pemasaran ini merupakan hal terpenting dalam sebuah perusahaan termasuk pada PT. Aneka Gas Industri, Medan, melalui strategi ini PT. Aneka Gas Industri dapat memperkenalkan produk perusahaannya dan meningkatkan volume penjualan perusahaan, selain itu juga pentingnya strategi pemasaran ini dapat memberi keuntungan pada PT. Aneka Gas Industri, Medan melalui promosi produk sehingga memperluas jaringan penjualan dalam pasaran saat ini.

Satu cara untuk memperoleh lebih banyak pelanggan untuk meningkatkan volume penjualan adalah dengan mempromosikan barang pada dunia maya, atau melalui media lainnya dan merekomendasikan produk melalui pelanggan, atau biasa dikenal dengan bauran pemasaran (marketing mix) atau 4p yaitu: product (produk), price (harga), place (tempat), promotion (promosi), melalui ke empat strategi ini PT. Aneka Gas Industri, Medan dapat memperluas pelanggan dan meningkatkan hasil penjualan.

Dapat dilihat penjualan pada PT. Aneka Gas Industri sempat mengalami penurunan penjualan pada tahun 2020. Walau hanya mengalami penurunan yang tidak terlalu besar namun hal ini sangat berdampak bagi perusahaan terutama bagi keuangan perusahaan, melalui bauran pemasaran PT. Aneka Gas Industri dapat memperbaiki dan lebih teliti lagi dalam memasarkan produknya agar volume penjualan tetap stabil atau bahkan mengalami kenaikan.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana PT. Aneka Gas Industri , Medan bisa tetap mempertahankan penjualannya terutama di era globalisasi saat ini dimana bisa kita lihat semakin banya berkembang perusahaan

yang bergerak dibidang industri dengan mengambil judul “Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Aneka Gas Industri Tbk, Medan”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah strategi PT. Aneka Gas Industri, Medan agar tetap mampu mempertahankan volume penjualan dan tetap mampu bersaing dipasaran?
2. Apakah strategi yang diterapkan oleh PT. Aneka Gas Industri, Medan sudah efektif?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini bagi peneliti adalah untuk mengetahui bagaimana strategi perusahaan dalam memperkenalkan produk kepada khayalajak luas dan mengetahui peran penting pemasaran dalam perusahaan untuk mempertahankan volume penjualan dan meningkatkan hasil penjualan produk.

1.4 Tinjauan Pustaka

A. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan fungsi penting dalam mengembangkan strategi pemasaran, melalui alat dari ekonomi serta keunggulan dalam menganalisis konteks industri dimana perusahaan beroperasi. Adapun tujuan dari manajemen pemasaran ini ialah untuk mengetahui seberapa unggul perusahaan dalam melakukan pemasaran dan meningkatkan penjualan.

Manajemen pemasaran juga berfungsi sebagai alat dimana perusahaan mampu bersaing dalam era pemasaran saat ini. Perusahaan juga dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Defenisi lain dari manajemen pemasaran menurut Kotler dan Keller (2014:16) yaitu manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, memperthankan serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunkasikan nilai pelanggan yang umum

B. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk memperkenalkan menyampaikan atau mempertukarkan harga kepada masyarakat, klien mitra bisnis serta kepada pelanggan. Dengan memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga menjadi dan bertumbuh didalam khayalajak yang luuas, pemasaran

memiliki peranan yang sangat penting bagi perusahaan termasuk juga pada PT. Aneka Gas Industri Tbk, Medan.

Dengan melalui pemasaran ini PT. Aneka Gas Industri, Medan mampu mengetahui bagaimana cara menarik daya tarik masyarakat agar puas dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga mampu meningkatkan jumlah pelanggan dan meningkatkan penjualan perusahaan dipasaran, namun ada juga kendala yang harus dihadapi pemasaran perusahaan dalam memperkenalkan produk seperti munculnya perusahaan yang berkembang dan menghasilkan produk yang sama dengan berbagai strategi dan bahkan memberi harga yang cukup lebih murah dibandingkan dengan harga yang telah ditetapkan oleh PT. Aneka Gas Industri Tbk, Medan.

Oleh karena itu perusahaan juga harus bisa mampu bersaing dengan menerapkan strategi pemasaran yang kuat dan cukup menarik, dengan menawarkan berbagai produk atau bahkan harus siap untuk memberi berbagai promosi harga yang cukup dapat dijangkau oleh masyarakat dan perusahaan lain yang membutuhkan produk perusahaan.

C. Bauran Pemasaran (marketing mix)

Bauran pasaran merupakan sebuah alat klasik untuk membantu pemasaran dalam menawarkan harga kepada pelanggan, selain itu juga bauran pemasaran juga sebuah sarana dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, klien dan masyarakat. Bauran pemasaran banyak diterapkan oleh perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia termasuk juga pada PT. Aneka Gas Industri Tbk, Medan menerapkan bauran pemasaran ini untuk meningkatkan nilai jual dipasar serta memperkenalkan produk kepada khalayak luas.

Dengan menerapkan bauran pemasaran ini PT. Aneka Gas Industri Tbk, Medan dapat memberi keuntungan dan manfaat yang baik melalui bauran pemasaran yaitu merupakan strategi yang sederhana untuk menyambungkan kegiatan pemasaran menjadi satu, sehingga pemasaran yang dilakukan oleh PT. Aneka Gas Industri, Medan lebih mudah untuk dikelola dan dilakukan. Bauran pemasaran juga sangat menguntungkan bagi analisis keuangan perusahaan, bagaimana meningkatkan dan penurunan biaya dan pendapatan sesuai dengan situasi yang terjadi dipasaran.

Namun dibalik manfaat bauran pemasaran ini ada juga kekurangan dalam bauran pemasaran seperti lebih mengarah kepada factor internal pada bisnis hal ini mengakibatkan tidak adanya pertimbangan terhadap konsumen.

D. Volume Penjualan

Volume penjualan atau sama dengan total jumlah penjualan merupakan sebuah alat ukur bagi perusahaan yang dapat menunjukkan seberapa tinggi dan besar jumlah barang atau jasa yang telah terjual dalam pasaran. Untuk mendapatkan keuntungan dalam meningkatkan volume penjualan melakukan promosi atau pengenalan produk kepada konsumen sehingga banyak dikenal oleh konsumen lainnya.

Faktor yang mempengaruhi volume penjualan adalah produk, harga, promosi dan tempat pendistribusian, faktor harga merupakan hal yang paling penting dalam meningkatkan volume penjualan pada perusahaan, dengan memberikan tawaran harga yang sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga daya tarik perusahaan dapat memuaskan konsumen. Selain itu juga dengan memilihnya tempat yang dapat dijangkau dan mudah untuk dikenal oleh konsumen dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan serta peningkatan penjualan bagi perusahaan.