

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam menjalankan suatu usaha diperlukan strategi promosi, dimana strategi ini dapat meningkatkan volume penjualan. Untuk menghadapi persaingan usaha yang semakin besar mengharuskan setiap perusahaan melakukan promosi produknya kepada konsumen. Cara yang dapat dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara strategi promosi yang tepat. Strategi promosi merupakan kegiatan perencanaan dengan tujuan untuk mengajak konsumen melakukan pembelian dari sebuah produk perusahaan sehingga tujuan menaikkan volume penjualan tercapai.

Terkait dengan pernyataan tersebut PT Nomad Adventure adalah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan alat-alat *outdoor*. Dalam usahanya PT Nomad Adventure tidak lepas dari kegiatan strategi promosi. Penjelasan di atas menunjukkan bahwa promosi dapat dijadikan sarana peningkatan volume penjualan. Promosi yang kurang tepat menyebabkan beberapa hal seperti kurangnya pemahaman tentang informasi produk perusahaan.

Promosi merupakan strategi pemasaran yang bisa dipilih untuk menarik minat konsumen datang ke Nomad Adventure, sehingga bisa membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen atau calon konsumen. Bagian dari

*promotion mix* (bauran promosi) adalah iklan. Iklan adalah salah satu cara yang digunakan PT Nomad Adventure untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat, sehingga masyarakat bisa mengetahui produk yang ada di PT Nomad Adventure. Iklan diharapkan mampu menciptakan image PT Nomad Adventure dan menarik minat konsumen untuk datang secara berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik dan ingin mengetahui strategi promosi yang dilakukan oleh PT Nomad Adventure dengan judul tugas akhir **“Strategi Promosi Produk Forester Pada PT Nomad Adventure Store Yogyakarta”**

#### **A. Batasan Masalah**

Laporan tugas ini hanya membahas bidang pemasaran khususnya penerapan strategi promosi produk Forester pada PT Nomad Adventure. Strategi promosi yang dimaksudkan dalam penulisan tugas akhir ini adalah strategi periklanan.

#### **B. Tujuan**

Tujuan dari laporan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui strategi promosi pada PT Nomad Adventure Yogyakarta.

#### **C. Manfaat**

Laporan ini memberikan beberapa manfaat antara lain.

1. Untuk Penulis

Hasil dari penulisan ini diharapkan dapat menambah wawasan dan khasanah bagi penulis dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang telah dipelajari.

2. Untuk Perusahaan

Dapat dijadikan bahan evaluasi dan referensi dalam mengambil keputusan terutama mengenai periklanan.

3. Untuk STIM YKPN

Dapat dijadikan referensi untuk menambah wawasan dan mendokumentasikan serta menginformasikan hasil penulisan dengan konsentrasi komunikasi pemasaran