

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dari banyaknya showroom atau dealer mobil yang didirikan di Indonesia, kita bisa melihat perkembangan penjualan mobil yang sangat pesat. Pesatnya perkembangan kegiatan penjualan mobil telah menyebabkan persaingan komersial yang sangat ketat. Dengan adanya produk sejenis yang dijual oleh dealer atau perusahaan penjualan mobil bekas yang berbeda, keinginan konsumen yang beragam memungkinkan konsumen untuk bebas memilih produk yang dapat memenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu, perusahaan harus mengambil langkah untuk mengungguli para pesaingnya.

Untuk menentukan langkah-langkah ke depan sesuai dengan tujuan perusahaan yaitu untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dengan potensi dan kemampuan yang sebesar-besarnya, maka cara untuk mencapai tujuan tersebut haruslah dengan promosi. Promosi merupakan bagian penting dari perusahaan yang menyediakan informasi produk, harga dan lokasi untuk mempengaruhi dan membujuk konsumen atau pihak lain, karena promosi biasanya disebut sebagai proses tindak lanjut, yang memicu serangkaian kegiatan lebih lanjut dari perusahaan.

Promosi yang dilakukan oleh perusahaan mempunyai tujuan untuk menarik konsumen melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan untuk meningkatkan penjualan perusahaan. Di dalam promosi juga terdapat beberapa unsur untuk mendukung kegiatan promosi itu sendiri yang disebut bauran promosi. Bauran promosi merupakan salah satu hal yang penting untuk meningkatkan penjualan suatu perusahaan, Upaya yang dapat dilakukan dalam memasarkan produk yaitu dengan melakukan kegiatan promosi yang meliputi, periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, hubungan public, promosi langsung agar calon konsumen lebih mengenal, memahami, serta mengerti terhadap produk yang ditawarkan.

Bauran promosi memegang peranan penting dalam pemasaran produk suatu perusahaan. Peranan penting bauran promosi yaitu sebagai berikut:

1. Memberikan informasi

Promosi membuat konsumen sadar akan produk-produk baru dan memfasilitasi penciptaan citra suatu perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa.

2. Membujuk

Media promosi atau iklan yang baik akan mampu mempersuasi pelanggan untuk mencoba produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

3. Mengingat

Iklan merupakan salah satu alat promosi yang dilakukan perusahaan digunakan untuk menjaga suatu brand agar tetap segar dalam ingatan para konsumen.

4. Menambah nilai

Promosi yang efektif membuat merek dilihat elegan, lebih bergengsi, dan dapat lebih unggul dari pesaing. Dengan cara kualitas, atau mengubah persepsi pada konsumen.

5. Mendampingi upaya lain perusahaan

Periklanan dapat memantau proses penjualan produk perusahaan dan memberikan pengenalan penjualan yang berharga sebelum menandatangani kontrak pribadi dengan calon pelanggan.

Sama halnya dengan PT. Agung Automall Jambi sebagai penyalur kendaraan Toyota di kota Jambi, tentu sangat memperhatikan dan memilih kegiatan promosi yang efektif untuk mempromosikan produk mereka.

Berdasarkan latar belakang yang disebutkan diatas, maka menarik minat penulis untuk mengambil judul **“Penerapan Bauran Promosi pada PT. Agung Automall Jambi”**.

1.2 Masalah Pokok Laporan

Berdasarkan Latar Belakang diatas, maka dapat disimpulkan masalah pokok laporan yang dialami oleh perusahaan sebagai berikut :

1. Menjelaskan kegiatan bauran promosi pada PT. Agung Automall Jambi?
2. Kendala yang di alami saat melakukan kegiatan bauran promosi pada PT. Agung Automall Jambi?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penulisan

1.3.1 Tujuan Penulisan

Tujuan dalam penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

1. Menyebutkan penerapan bauran promosi pada PT. Agung Automall Jambi.
2. Untuk menyebutkan apa yang menjadi kendala dalam melaksanakan bauran promosi pada PT. Agung Automall Jambi.

1.3.2 Manfaat Penulisan

1. Akademik

Salah satu syarat untuk mengambil gelar Ahli Madya (AMD). Serta sebagai informasi yang menambah wawasan lebih luas bagi mahasiswa.

2. Praktis

Untuk memberikan saran atau referensi kepada pihak instansi agar bisa memberikan manfaat kedepannya bagi perusahaan.

1.4 Metode Penulisan

1.4.1 Jenis dan Sumber Data

Dalam penulisan laporan ini, jenis dan sumber data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

- Melakukan wawancara kepada karyawan yang bekerja di PT. Agung Automall Jambi
- Berada di lapangan agar bisa melakukan observasi pada salah satu kegiatan bauran promosi yang dilakukan oleh PT. Agung Automall Jambi

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penulisan ini berupa sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi dan arsip-arsip dari catatan yang ada di perusahaan sendiri.

1.4.2 Metode Pengumpulan data

Membantu tim sales dan Cara-cara penulisan yang dilakukan dalam pengumpulan data serta informasi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Pada metode ini mahasiswa dan pihak perusahaan berhadapan langsung saling bertatap muka yang bertujuan untuk mendapatkan data yang menjelaskan permasalahan pokok laporan. Daftar pertanyaan yang diberikan:

- Apa saja kegiatan bauran promosi yang diterapkan oleh PT. Agung Automall Jambi
- Apa saja kendala yang di alami pada saat melakukan kegiatan promosi

2. Observasi

Pada metode ini penulis melakukan pengamatan secara langsung dilapangan pada kegiatan yang dianggap menjadi bahan utama dalam penulisan laporan ini.

3. Studi Pustaka

Pengamatan dilakukan dengan cara membaca, mempelajari, mengikuti serta mengumpulkan data dari buku-buku yang berkaitan dengan permasalahan praktek kerja lapangan.

1.4.3 Metode analisis

Metode analisis yang dilakukan dalam kegiatan ini berupa metode deskriptif yang menjelaskan dan menggambarkan suatu objek pada lokasi pelaksanaan magang.

1.5 Waktu Dan Lokasi Magang

1.5.1 Waktu Magang

Waktu magang ini dilakukan pada semester enam yang dilaksanakan selama 2 bulan, kegiatan dimulai dari tanggal 9 Februari 2021 sampai dengan tanggal 9 April 2021 sesuai dengan ketentuan pihak program Diploma III Fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Jambi.

1.5.2 Lokasi Magang

Kegiatan magang dilaksanakan di dealer PT. Agung Automall Jambi yang berlokasi di Jl. Prof. Dr, Jl. Sumantri Brojonegoro, Selamat, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36124.

1.6 Sistematika Pengumpulan

Sistematika penulisan ini memberikan gambaran secara luas mengenai laporan ini sehingga para pembaca dapat melihat secara keseluruhan, penulismembaginya menjadi 4 bab yaitu:

1. BAB 1 PENDAHULUAN

Bab yang berisikan uraian mengenai latar belakang masalah pokok laporan, tujuan dan manfaat penulisan, metode penulisan, metode pengumpulan data, metode analisis, waktu dan lokasi magang, dan sistematika penulisan.

2. BAB 2 LANDASAN TEORI

Bab ini akan menguraikan tentang landasan teori dan konsep-konsep yang relevan dengan permasalahan yang dikaji.

3. BAB 3 PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membahas tentang perusahaan, sejarah perusahaan, visi misi, struktur organisasi dan penerapan bauran promosi pada PT.Agung Automall Jambi.

4. BAB 4 KESIMPULAN DAN SARAN

Laporan akan di tutup dengan suatu kesimpulan dan saran-saran yang membangun yang dapat penulis ungkapkan.