

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam perkembangan zaman yang semakin modern semakin mengarah pada persaingan ketat untuk perusahaan sejenis. Keadaan ini mengakibatkan perusahaan harus mengikuti perubahan sesuai dengan perkembangan zaman yang diikuti dengan selera konsumen. Selain itu pola persaingan dalam menjalankan suatu bisnis juga harus diikuti oleh setiap perusahaan yang menyebabkan semakin ketatnya persaingan dalam merebut pangsa pasar. Setiap perusahaan dituntut untuk memiliki suatu keunikan yang memikat konsumen dalam rangka mempertahankan atau merebut pangsa pasar yang ada.

Pada zaman yang modern saat ini, salah satu industri yang tumbuh pesat adalah industri mobil. Hal ini terjadi karena tingkat mobilitas masyarakat yang semakin tinggi. ini merupakan peluang yang dimanfaatkan oleh mobil dengan mengeluarkan berbagai jenis merek mobil yang dapat digunakan oleh masyarakat. Produsen mobil berlomba-lomba untuk menarik minat konsumen untuk membeli produknya. Hal ini dapat dilakukan, jika perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Dengan melakukan penerapan strategi pemasaran yang akurat melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan. Sehubungan dengan hal tersebut pelaksanaan pemasaran modern dewasa ini mempunyai peranan yang sangat besar sebagai penunjang langsung terhadap peningkatan laba perusahaan.

Guna menjamin pengembangan perusahaan, Menurut Tjiptono dan Diana (2020), pemasaran adalah proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitasi relasi pertukaran yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis.. Kegiatan pemasaran

tidak hanya mencakup kemampuan perusahaan dalam memasarkan produk pada saat itu juga, akan tetapi mampu mengantisipasi pemasaran di masa datang, sehingga dapat diperkirakan solusi guna pengembangan perusahaan. Hal tersebut perlu diperhatikan oleh pihak manajemen perusahaan demi kelangsungan perusahaan.

Toyota sebagai produsen otomotif terpercaya di Indonesia yang telah memproduksi berbagai jenis mobil yang menjadikan kebanggaan bagi konsumennya. Hal ini disebabkan oleh totalitas Toyota untuk memberikan produk dengan kualitas terbaik serta memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan harapan konsumennya. PT Agung Toyota sebagai perusahaan otomotif terkemuka di Indonesia terus mengembangkan strategi pengembangan tenaga pemasarannya untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penetrasi merek Toyota di Indonesia. Dalam menghadapi dinamika industri otomotif yang cepat berubah, PT Agung Toyota fokus pada peningkatan keterampilan dan pengetahuan tim pemasarannya melalui pelatihan intensif dan pengembangan profesionalisme. Mereka juga mengadopsi teknologi digital untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan interaksi dengan konsumen potensial. Dengan strategi ini, PT Agung Toyota bertujuan untuk memperkuat posisi mereka sebagai pemimpin pasar di industri otomotif Indonesia, sambil tetap mempertahankan standar kualitas tinggi yang terkait dengan merek global Toyota.

Maka dari itu Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk mengangkat judul laporan magang yaitu **“Strategi Pengembangan Tenaga Pemasaran di PT.Agung Toyota Sipin Jambi”**

1.2 Tujuan Kegiatan

Adapun tujuan dalam pelaksanaan magang di PT. Agung Toyota Sipin Jambi yaitu:

1. Untuk mendapatkan pengalaman dan wawasan mengenai dunia kerja tentang industri otomotif dan strategi pemasaran di PT. Agung Toyota Sipin Jambi.

2. Memahami praktik kerja serta mempelajari manajemen yang terdapat di PT. Agung Toyota Sipin Jambi.
3. Memperluas pemahaman mahasiswa tentang pengembangan Tenaga Pemasaran khususnya di bidang industri otomotif di PT. Agung Toyota Sipin Jambi.

1.3 Manfaat kegiatan

Adapun Manfaat pelaksanaan magang pada PT. Agung Toyota Sipin Jambi yaitu :

1. Meningkatkan pengalaman kerja yang berharga serta mendapatkan pengalaman langsung di lingkungan korporat yang nyata.
2. Memperluas pengetahuan dan keterampilan tentang pemasaran, PT Agung Toyota dapat meningkatkan penetrasi pasar mereka. Tim yang terlatih dapat mengidentifikasi dan mengeksplorasi peluang-peluang pasar baru dengan lebih baik, baik di tingkat regional maupun nasional.
3. Mengembangkan sikap dan etika kerja yang kuat melalui pengalaman langsung dengan lingkungan kerja yang profesional di PT. Agung Toyota Sipin Jambi.