

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada zaman modern dan kemajuan teknologi ini, persaingan merupakan sesuatu yang sudah biasa di dunia bisnis. Banyak perusahaan berjuang memberikan berbagai macam kelebihan produk, jasa dan layanan untuk di tawarkan dengan maksud agar memperoleh lebih banyak profit. Dalam menghadapi dan melewati persaingan bisnis ini, manajemen toko atau perusahaan harus kreatif dalam membuat hubungan tertentu antara barang atau jasa yang ditawarkannya dengan pelanggan. Pemilik perusahaan di tuntut untuk bisa membuat strategi pemasaran yang tepat, unik, kreatif dan mengikuti perkembangan zaman agar bisa bertahan dan mampu menandingi persaingan yang begitu erat sehingga tujuan suatu perusahaan dapat tercapai.

Peran pemasaran sangat berpengaruh dan penting bagi suatu perusahaan dalam menjalankan strategi yang di inginkan dalam menjalin hubungan dengan pelanggan. Promosi juga sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan dengan mengingat jumlah pesaing yang bertambah banyak. Menurut Alma (2013), promosi ialah bentuk penyampaian penawaran yang merupakan kegiatan pemasaran yang berjuang mempengaruhi, memberikan kabar terbaru dan memperingati target pasar atas perusahaan beserta produknya supaya mau membeli, menerima dan bersikap setia terhadap suatu produk yang di tawarkan oleh perusahaan. Selain itu, promosi juga merupakan hal penting dalam menghadapi persaingan sehingga perusahaan mampu bersaing dan bertahan, serta

berharap untuk menguasai pasar. Promosi mampu membuat suatu produk, usaha dan perusahaan semakin dikenal dan diketahui oleh kalangan masyarakat luas.

Toko Agung Motor merupakan usaha yang bergerak di bidang jual beli motor seken yang didirikan pada tahun 2012 dan beralamat di Komp Ruko Legenda Hang Tuah Blok C No.05, Batam. Agung Motor menawarkan jual beli motor seken, tukar tambah, titipan penjualan motor dan menerima jasa pengurusan perpanjangan pajak kendaraan, Agung motor mempunyai visi untuk menjadi showroom motor terbesar dan terpercaya di Batam.

Masalah yang dihadapi oleh Agung Motor dimana merupakan usaha yang penjualannya masih bersifat tradisional sedangkan teknologi sudah semakin berkembang dan maju sehingga banyak yang memanfaatkan kemajuan teknologi, seperti sosial media yang dapat di jadikan promosi dan cara bertransaksi yang semakin mudah dengan cara transfer antar rekening bank sehingga dapat menghambat penjualan motor dan kesulitan meningkatkan omset. Mengingat persaingan bisnis yang semakin ketat, Agung Motor harus bisa membuat strategi pemasaran (promosi) yang tepat agar nama tokonya dapat dikenal oleh orang banyak, serta visi yang telah ditetapkan bisa terwujud. Berdasarkan latar belakang Toko Agung Motor, maka penulis tertarik untuk merancang sistem bauran promosi (*promotion mix*) pada Toko Agung Motor agar bisa membantu manajemen Agung Motor lebih efisien dan efektif dalam melakukan pemasaran.

## 1.2 Ruang Lingkup

Laporan ini disusun dari penulis berdasarkan hasil pengamatan yang diselidiki di Toko Agung Motor, sebuah toko kecil yang masih berkembang di

bidang jual beli motor. Dikarenakan usaha Agung Motor masih menggunakan sistem tradisional sehingga manajemennya belum memiliki sistem pemasaran yang bagus, khususnya pada bagian promosi. Ruang lingkup dalam proyek ini adalah merancang sistem bauran promosi (*promotion mix*) pada Toko Agung Motor.

### 1.3 Tujuan proyek

Tujuan Kerja praktek adalah merancang sistem bauran promosi pada Toko

Agung Motor yang berguna untuk meningkatkan omset penjualan, menjadikan Toko Agung Motor menjadi lebih di kenal banyak masyarakat dan membangun hubungan yang erat dengan konsumen, baik konsumen *walk-in* maupun *online*.

Strategi promosi akan dilakukan melalui *advertising* dan *sales promotion*, serta pengembangan *company profile*, *kartu nama* dan *product list* sehingga konsumen akan terasa mudah dan praktis saat melakukan transaksi. Dengan adanya sistem

promosi ini, Toko Agung Motor diharapkan dapat meningkatkan omset penjualannya dari per bulan sekitar Rp 30.000.000,- meningkat hingga ke Rp 45.000.000,- dengan persentase naik 50%.

### 1.4 Luaran proyek

Hasil atau luaran daripada kerja praktek ini adalah merancang sebuah sistem

bauran promosi pada perusahaan Toko Agung Motor dengan hasil akhir sebagai berikut:

1. Membuat *company profile* dan *kartu nama*.
2. Membuat *product list* dalam bentuk *hardcopy* dan *softcopy*.

3. Membuat Facebook dan iklan melalui Facebook dan Whatsapp.
4. Mengadakan diskon atau potongan harga.

### **1.5 Manfaat Proyek**

Proyek ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Perusahaan  
Meningkatkan omset penjualan, membangun hubungan yang baik dengan konsumen, dan membantu manajemen perusahaan lebih efektif dan efisien dalam melakukan pemasaran.
2. Akademisi  
Sebagai bahan referensi tentang perancangan sistem promosi pada perusahaan jual beli motor, memperkaya wawasan yang tidak dapat diperoleh dari bangku perkuliahan, dan menambah keterampilan serta keahlian di bidang yang ditekuni.

### **1.6 Sistematika pembahasan**

Penulisan laporan kerja praktek ini dibagi dalam uraian sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bagian ini menjelaskan latar belakang masalah yang menjadi dasar pelaksanaan kerja praktek ini, tujuan, luaran, ruang lingkup dan manfaat proyek serta sistematika pembahasan.

#### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bagian ini berisi temuan, teori, hasil penelitian sebelumnya dan informasi lainnya untuk di jadikan referensi dan dasar melakukan

pelaksanaan kerja praktek ini.

### **BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Bagian ini memuat tentang struktur organisasi, identitas perusahaan, aktivitas kegiatan operasional perusahaan, visi dan misi perusahaan serta strategi perusahaan.

### **BAB IV : METODOLOGI**

Bagian ini memuat tentang teknik pengumpulan data, rancangan penelitian, proses perancangan dan tahapan, serta jadwal pelaksanaan kerja praktek.

### **BAB V : ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN**

Bagian ini memuat tentang analisis data tentang kondisi terkini perusahaan, perancangan alat atau sistem, dan kendala yang dihadapi sehingga luaran proyek tidak dapat diimplementasikan di tempat kerja praktek.

### **BAB VI : IMPLEMENTASI**

Bagian ini memuat susunan proses implementasi setiap luaran proyek dan kondisi perusahaan setelah mengimplementasikan sistem yang baru.

### **BAB VII : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bagian ini memuat tentang ringkasan mengenai hal-hal yang berhubungan tentang kerja praktek dan saran-saran untuk konsumen, serta catatan-catatan yang perlu di kembangkan dan ditindaklanjuti oleh pengguna ataupun peneliti selanjutnya di masa depan.