

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis yang semakin inovatif dan luas, menimbulkan persaingan antar perusahaan yang semakin ketat. Menghadapi fenomena seperti ini perusahaan harus cekatan dalam mengantisipasi masalah ini.

Menghadapi persaingan yang semakin ketat ini memaksa perusahaan lebih inovatif khususnya di bidang promosi agar konsumen tetap setia pada perusahaan, dan di tunjang oleh analisis pasar yang baik, agar tingkat promosi yang diberikan atau di tawarkan pada calon konsumen sesuai bahkan lebih menarik konsumen.

Kebijakan promosi dan analisis pasar merupakan salah satu proses kegiatan yang menunjang untuk peningkatan penjualan, kegiatan promosi dan analisis pasar salah satu dari kegiatan pokok yang harus dijalankan oleh perusahaan agar perusahaan tetap berjalan untuk kelangsungan hidupnya. Kegiatan promosi dan analisis pasar ini sangat penting bagi suatu perusahaan karna melalui kegiatan inilah perusahaan dapat mengetahui tingkat penjualan dan minat dari suatu wilayah yang didistribusikan produknya, dan dapat mengetahui seberapa berhasilnya promo yang dilakukan di wilayah tersebut dengan menganalisis hasil dari biaya promo dan volume penjualan yang ada.

Didalam pembangunan pasti mempunyai rencana jangka panjang dimana kita membutuhkan sarana fisik dan infrasktur. Seperti dalam pembangunan pabrik, rumah, hotel, swalayan, jembatan penyebrangan, gedung sekolah, serta banyak lainnya yang berhubungan dengan bangunan maka diperlukan semen untuk melengkapi pembangunan tersebut tidak akan berjalan sebagaimana dengan semestinya, baik di Indonesia maupun dimana saja semen pasti sangat diperlukan dalam membuat bangunan. Oleh karena itu hal yang penting dilakukan perusahaan untuk mengungguli perusahaan lainya dalam hal pengadaan semen dengan

meningkatkan mutu produk, dan pelayanan sebaik mungkin kepada konsumen, misalnya dengan memperlancar distribusi agar tidak terjadi kekosongan barang dan menjalankan promosi yang dapat memotivasi konsumen, untuk dapat meningkatkan volume penjualan dalam kondisi seperti sekarang ini, maka perusahaan dapat menerapkan atau menjalankan kebijakan promosi dan analisis pasar. Kebijakan promosi dan analisis pasar ini sangat berpengaruh terhadap permintaan akan produk semen dan penjualan yang dicapai oleh perusahaan.

Berdasarkan atas permasalahan diatas, penulis tertarik untuk melakukan magang di perusahaan tersebut untuk melihat secara langsung bagaimana perusahaan menerapkan promosi dan analisis pasar.

Oleh karena itu, proposal magang ini diberi judul “ **KEBIJAKAN PROMOSI DAN ANALISIS PASAR PADA PT. SEMEN PADANG** “

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diuraikan rumusan masalah dari proposal magang ini adalah:

1. bagaimanakah kebijakan promosi dan analisa pasar pada PT. Semen Padang?
2. Apakah kendala dan solusi dalam pelaksanaan kebijakan promosi dan analisis pasar pada PT. Semen Padang.

1.3. Manfaat Magang

Adapun tujuan penulisan dalam melakukan kegiatan magang ini untuk mengetahui kebijakan promosi dan analisa pasar pada PT. Semen padang

1.4. Waktu Dan Tempat Magang

Magang merupakan proses untuk mempelajari pengenalan dunia kerja nyata pada dunia usaha maupun instansi pemerintah, sehingga diharapkan magang akan memberikan manfaat sebagai berikut.

a. Bagi penulis

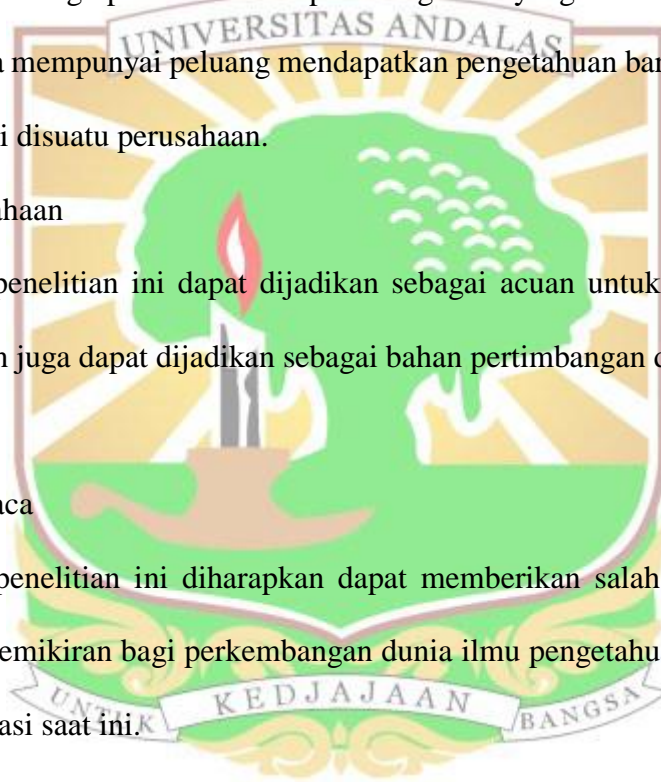
Penulis dapat menerapkan ilmu dan teori – teori yang telah dipelajari selama penulis kuliah dan mengimplementasikan pada kegiatan yang sesungguhnya , kemudian penulis juga mempunyai peluang mendapatkan pengetahuan baru dibidang pemasaran dan promosi disuatu perusahaan.

b. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk menyelesaikan suatu masalah dan juga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam penyempurnaan perusahaan

c. Bagi Pembaca

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan salah satu sumbangan dan tambahan pemikiran bagi perkembangan dunia ilmu pengetahuan dan teknologi pada era globalisasi saat ini.



1.5. Sistematika Penulisan

Kegiatan magang ini dilaksanakan pada **PT SEMEN PADANG** yang beralamat di jalan indarung 25237 padang, Sumatra barat. Pada bulan juni s/d juli 2015.

1.6 Systematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan latarbelakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat magang , tempat dan waktu magang, jadwal kegiatan magang, dan sistematika penulisan laporan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisikan tentang landasan teori yang didirikan pengertian pemasaran, bauran pemasaran, teori mengenai promosi, teori mengenai analisis pasar.

BAB III GAMBARAN PRUSAHAAN

Bab ini menjelaskan mulai dari sejarah hingga kondisi dan struktur organisasi atau kepemimpinan PT SEMEN PADANG.

BAB IV PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisikan pembahasan-pembahasan mengenai bagaimana kebijakan peomosi dan analisis pasar pada PT. Semen Padang, dan apakah kendala dalam dan solusi dalam pelaksanaan kebijakan promosi dan analisis pasar pada PT. Semen Padang.

BAB V PENUTUP

Bab ini sebagai penutup dari ulasan bab-bab lainnya dan memberikan kesimpulan dan saran-saran.

