

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini pemasaran tidak hanya mengembangkan produknya dengan hanya menetapkan harga yang menarik tetapi membuat produk yang dapat dengan mudah di jangkau oleh konsumen yang di jadikan sasaran. Perusahaan juga harus memberi pelayanan yang baik dalam memasarkan produknya, dimana apa yang dikomunikasikan harus dipersiapkan dengan matang dan disampaikan secara menarik.

Perusahaan biasanya memakai sarana komunikasi *promotion mix* yang meliputi *advertising, sales promotion, direct marketing, public relations, personal selling*, acara dan pengalaman, pemasaran interaktif, berita dari mulut ke mulut untuk mempromosikan produk atau jasanya.

Dunia usaha berkembang pesat menciptakan situasi persaingan yang makin tajam, terlebih lagi untuk perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur untuk menjual suatu produk di perlukan salesman yang terlatih, karena dengan salesman yang terlatih akan mampu menerangkan manfaat produk, yang pada akhirnya dapat menciptakan kepuasan pelanggan dan keuntungan bagi perusahaan. Mereka harus tahu bagaimana menganalisa data penjualan, mengukur potensi pasar, mengumpulkan informasi pasar dan menyusun strategi pemasaran.

Salah satu strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan untuk dapat bersaing adalah personal selling. Personal selling menurut Tjiptono (2002) adalah komunikasi langsung tatap muka antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba membelinya

Di Indonesia sendiri pertumbuhan jumlah kendaraan sangat pesat, menurut data Korps Lalu Lintas Kepolisian Negara Republik Indonesia mencatat, jumlah kendaraan yang masih beroperasi di seluruh Indonesia pada tahun 2013 mencapai 104,211 juta unit naik 11 persen dari tahun sebelumnya. Oleh karena itu agar untuk keamanan dan kestabilan dalam berkendara di perlukan ban yang bagus. Di Indonesia sendiri terdapat banyak perusahaan ban mobil. Semua perusahaan tersebut bersaing untuk mendapatkan perhatian konsumen mereka. Mereka berusaha untuk meningkatkan volume penjualannya dengan cara menggunakan saluran distribusi yang tepat dan dukungan dari personal selling.

Di salah satu kota besar di Indonesia seperti Padang pengguna kendaraan juga banyak. Karena itu juga di butuhkan pasokan ban yang bagus agar dapat berkendara dengan nyaman dan stabil. Di kota Padang juga terdapat banyak perusahaan yang menawarkan ban untuk kendaraan yang berkualitas.

Goodyear adalah produsen ban terbesar dunia, memperkerjakan lebih dari 68,000 orang dengan pabrik produksi sejumlah 50 unit di 22 negara diseluruh dunia. Dua pusat inovasinya di Innovation Center di Akron, Ohio dan Colmar-Berg,

Luxembourg. Goodyear selalu berusaha untuk menciptakan produk dan layanan unggulan yang menjadi standar teknologi dan performa industri.

Salah satu distributor ban Goodyear adalah PT. Karya Suka Abadi Cabang Padang. PT. Karya Suka Abadi Cabang Padang (PT. KSA) merupakan perusahaan dagang yang bergerak dibidang penjualan ban mobil. Berdiri pada tanggal 01 Oktober 1998, dan menjadi salah satu distributor ban Goodyear di Indonesia. Dengan landasan yang kuat diberbagai bidang dalam pengelolaan perusahaan, PT. KSA mampu melakukan ekspansi usaha dengan membuka cabang di Jambi, Palembang, Pekanbaru, Simpang Empat-Pasaman, Lampung, Aceh dan terakhir telah diresmikannya cabang Medan di tahun 2013

Personal selling sangat penting bagi perusahaan untuk meningkatkan volume penjualannya. Untuk itu berdasarkan uraian diatas penulis akan mencoba membahas mengenai “Penerapan Personal Selling pada PT. Karya Suka Abadi Cabang Padang”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan bahwa masalah yang akan diangkat dalam penelitian yaitu :

1. Bagaimana Penerapan Personal Selling pada PT. Karya Suka Abadi Cabang Padang?
2. Bagaimana kendala dan solusi penerapan personal selling pada PT. Karya Suka Abadi Cabang Padang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka dapat diketahui bahwa tujuan penelitian adalah

1. Mengetahui Penerapan Personal Selling pada PT. Karya Suka Abadi Cabang Padang
2. Mengetahui kendala dan solusi penerapan personal selling pada PT. Karya Suka Abadi Cabang Padang

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan diatas, maka penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi akademis
 1. Untuk mengetahui bagaimana Penerapan Personal Selling pada PT. Karya Suka Abadi Cabang Padang. Sekaligus menambah ilmu dan wawasan, berfikir serta memantapkan ilmu yang telah diperoleh.
 2. Untuk mengetahui bagaimana kendala dan solusi penerapan personal selling pada PT. Karya Suka Abadi Cabang Padang
 3. Untuk mendapatkan pengalaman–pengalaman teknis bagi penulis agar kemampuan dibidang pemasaran dapat ditingkatkan lagi.
- b. Bagi praktisi
 1. Sebagai bahan referensi tentang personal selling
 2. Agar mengetahui penerapan personal selling bagi perusahaan

c. Bagi penelitian selanjutnya

Untuk menelaah lebih lanjut mengenai penerapan personal selling pada perusahaan.

1.5 Tempat dan Waktu Magang

Direncanakan magang akan dilaksanakan di PT. Karya Suka Abadi Cabang Padang, dengan waktu 40 hari (2 bulan).

1.6 Sistematika Laporan

Adapun sistematika penulisan laporan magang ini adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Menjelaskan latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan Penelitian, manfaat penelitian, tempat dan waktu magang, dan sistematika laporan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Berisikan landasan teori yang menjelaskan teori – teori pendukung yang digunakan dalam penjelasan dan pembahasan tugas akhir.

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Menguraikan tentang gambaran umum perusahaan, sejarah berdirinya PT. Karya Suka Abadi Cabang Padang



BAB IV :PEMBAHASAN

Menguraikan tentang Penerapan Personal Selling pada PT. Karya Suka Abadi Cabang Padang, kendala dan solusi dalam penerapan personal selling pada PT. Karya Suka Abadi Cabang Padang.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan tentang kesimpulan dan saran berdasarkan hasil – hasil pembahasan dari pelaksanaan magang yang dilakukan oleh penulis.

