BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan dalam menjalankan aktifitasnya, baik perusahaan yang bergerak dalam bidang produk maupun jasa mempunyai tujuan sama yaitu mendapatkan keuntungan. Selain itu perusahaan ingin memberikan kepuasan kepada konsumen atas produk yang dihasilkan, karena kepuasan konsumen menjadi tolak ukur dari keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan produk yang berkualitas dan yang diinginkan oleh konsumen.

Konsumen akan melakukan suatu pembelian sesuai yang diinginkannya dengan mempertimbangkan keuntungan yang didapatkan. Semakin baik cara memasarkan suatu produk atau jasa kepada konsumen, maka akan semakin meningkatkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut.

Personal selling (tenaga penjual) dihadapkan pada berbagai macam kegiatan yang dapat dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan kelebihan-kelebihan yang dimiliki agar dapat menunjuk calon konsumen melalui tenaga penjual secara tepat dan terpadu agar menghasilkan efek domino sehingga dapat meningkat volume penjualan.

Personal selling merupakan hal penting dalam bauran promosi tertentu dan benar-benar sangat penting dalam bauran yang lain. Sebagian orang berpendapat bahwa penjualan tatap muka (*persional selling)* yang baik tidak hanya menjual kepada pelanggan, namun mereka berupaya

dan menunjukkan kelebihan dan kelemahan produk mereka, bantuan seperti itu menimbulkan dasar bagi keunggulan bersaing perusahaan, khususnya dalam pasar bisnis (Kotler & Keller, 2009).

Personal selling (tenaga penjual) merupakan hal yang paling penting. Kegiatan p*ersonal selling* (tenaga penjual) itu sendiri merupakan aktivitas promosi langsung antara penjual dengan calon pelanggan.

Saat ini banyak perusahaan leasing mobil dan sepeda motor yang berada di kota Padang seperti BAF, OTO FINANCE, BFI, ADIRA, dan lain-lain. Salah satunya Federal International Finance (FIF) yaitu sebuah tempat pengkreditan yang cepat dan lancar dengan persyaratan yang mudah dan aman dengan menjadikan jaminan BPKB kendaraan sebagai jaminan dalam melakukan pengkreditan.

Alasan penulis memilih pembahasan mengenai *personal selling* karena penulis ingin mengetahui aktifitas *personal selling* pada PT FEDERAL INTERNATIONAL FINANCE (FIF) CABANG PADANG sebagai bahan masukan bagi penulis untuk menyelesaikan laporan ini. Maka penulis menggambil judul magang tentang ***"Aktifitas Personal Selling pada PT. Federal International Finance (FIF) Cabang Padang".***

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah dari proposal magang ini yaitu bagaimana aktifitas *personal selling* pada PT. FEDERAL INTERNATIONAL FINANCE (FIF) CABANG PADANG ?

1.3 Tujuan Magang

Adapun tujuan penulis dalam melakukan kegiatan magang ini adalah untuk mengetahui aktifitas *personal seling* pada PT Federal International Finance (FIF) Cabang Padang.

1.4 Manfaat Magang

Magang merupakan proses untuk mempelajari praktek-praktek pekerjaan yang nyata pada dunia usaha maupun instansi pemerintah, sehingga diharapkan magang akan memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis

   Penulis dapat mengaplikasikan ilmu dan teori-teori yang telah dipelajari selama perkuliahan juga memberikan pengetahuan suasana dunia kerja secara nyata dan memberikan pengalaman bagi penulis.

2. Bagi perusahaan

   Hasil penelitian ini bisa menjadi acuan bagi perusahan dalam memperbaiki kekurangan yang mungkin ada dalam perusahaan dan dapat membantu kelancaran aktifitas kerja dalam perusahaan.

1.5 Tempat dan Waktu Magang

Kegiatan magang ini dilaksanakan di PT FEDERAL INTERNATIONAL FINANCE (FIF) CABANG PADANG yang beralamat Jl. H.Agus Salim, Padang, Sumatera Barat. Pelaksanaan magang direncanakan selama satu bulan sepuluh hari atau 40 hari kerja.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan ini disajikan dalam lima bab. Penjelasan masing-masing bab dapat di uraikan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Berisikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan magang, manfaat magang, tempat dan waktu magang serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Landasan teori berisi teori-teori yang berkaitan dengan topik, yaitu: pengertian pemasaran, pengertian bauran pemasaran, pengertian bauran promosi, pengertian *personal selling*, faktor-faktor yang mempegaruhi keberhasilan *personal selling*, prinsip-prinsip penjualan *personal selling*, mengelola armada penjualan, peranan *personal selling* dalam pemasaran, pelaksanaan program *personal selling*, dan evaluasi

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam hal ini penulis menguraikan hal-hal yang berkaitan dengan PT. FEDERAL INTERNATIONAL FINANCE (FIF) CABANG PADANG. Uraian ini berisi tentang sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan dan struktur organisasi.

BAB IV : PEMBAHASAN

Bab ini berisikan laporan dari hasil kegiatan yang dilaksanakan selama 40 hari, yaitu menguraikan tentang aktifitas *personal selling* pada PT. FEDERAL INTERNATIONAL FINANCE (FIF) CABANG PADANG.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini memberikan kesimpulan dan saran terhadap permasalahan yang timbul berdasarkan pengamatan penulis selama melakukan penelitian di PT. FEDERAL FINANCE (FIF) CABANG PADANG.