

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan penjualan mobil di Indonesia meningkat tajam khususnya penjualan mobil bekas. Saat ini mobil merupakan alat transportasi yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat dan sudah menjadi kebutuhan pokok dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Perkembangan penjualan ini dapat meningkatkan perekonomian Indonesia khususnya dalam memperlancar transportasi.

Aspek yang paling penting dalam pembangunan bidang ekonomi berkaitan erat dengan sektor perhubungan. Dengan berkembangnya sektor perhubungan ini menyebabkan hubungan antar daerah dengan daerah lainnya lebih dekat serta arus barang ke daerah lain menjadi lebih lancar sehingga dapat menyebar luas dan lebih merata.

Salah satu sarana perhubungan yang digunakan dalam berbagai kegiatan, baik dalam urusan perdagangan dan kepentingan pribadi adalah kendaraan roda empat atau yang lazim disebut dengan mobil. Disamping itu mobil juga merupakan simbol status sosial serta kebanggaan bagi segolongan anggota masyarakat karena tergolong barang mewah.

Pada masa sekarang ini, khususnya pada sektor industri otomotif terjadi perkembangan yang sangat pesat, sehingga menyebabkan setiap pemasar kendaraan

berusaha menjual kendaraan sebanyak mungkin dan berlomba dengan pesaing yang juga semakin meningkat.

Perkembangan penjualan mobil bekas banyak dilakukan oleh perusahaan, baik perusahaan perorangan maupun perusahaan badan hukum yang relatif besar. Bisnis ini dapat membantu masyarakat menyerap tenaga kerja, dan mengurangi pengangguran di sekitar daerah yang bersangkutan.

Di Sumatera Barat, khususnya kota Bukittinggi terdapat beberapa showroom mobil bekas yang menjual berbagai jenis dan merk, salah satunya adalah CV. Auton Fallen Bukittinggi. Merk yang ditawarkan showroom Auto Fallen bervariasi meliputi Toyota, Mitsubitsi, Honda, Suzuki, KIA, Hyundai, Opel dan juga mobil mewah seperti Marcedez Benz dan BMW.

Menghadapi persaingan yang semakin kuat di kota Bukittinggi, showroom Auto Fallen Bukittinggi mencoba mengembangkan bisnis lainnya, seperti menjual oli mobil, jasa perbaikan mobil, las ketok dan cat mobil. Sekarang bisnis mobil ini diperluas oleh Auto Fallen dengan menjual mobil baru walaupun dalam jumlah beberapa unit saja seperti mobil toyota yaris, hyundai getz dan honda jazz.

Dalam persaingan sesama showroom, terdapat perbedaan posisi perusahaan dalam pasar di kota Bukittinggi. Perusahaan-perusahaan yang sudah lama terjun dalam penjualan mobil bekas ini antara lain Auto One, Auto Blitz, Monas motor, Auto ZIV dan showroom lainnya.

Namun demikian Auto Fallen ini mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal ini dapat dilihat dari realisasi penjualan perusahaan yang selalu mengalami peningkatan dan data yang penulis peroleh dapat dikemukakan perkembangan penjualan mobil pada CV. Auto Fallen Bukittinggi.

Untuk itu perusahaan ini harus mencari peluang dan strategi dalam meningkatkan penjualan ini dalam bentuk laporan tugas akhir dengan judul **“KEBIJAKAN PEMASARAN MOBIL BEKAS PADA CV. AUTO FALLEN BUKITTINGGI”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan dapat dikemukakan perumusan masalah sebagai berikut.

1. Apakah kebijakan pemasaran yang dilakukan CV. Auto Fallen Bukittinggi dalam melakukan penjualan kendaraan ?

1.3 Tujuan Magang

Tujuan penulis melakukan magang dan penelitian pada Auto Fallen adalah :

1. Untuk mengetahui kebijakan pemasaran pada CV. Auto Fallen Bukittinggi.



1.4 Manfaat Magang

Dengan adanya program magang bagi mahasiswa yang akan menyelesaikan pendidikan di program Diploma III Ekonomi akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Untuk dapat lebih memahami secara teori yang didapat di jenjang pendidikan kuliah dan praktek tentang ilmu pemasaran yang didapat dari kegiatan magang.

2. Bagi Peneliti Lainnya

Sebagai masukan dan informasi guna penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Laporan Magang

Dalam penulisan laporan ini terdiri dari 5 BAB sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Merupakan pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah yang akan dibahas, tujuan dan manfaat kegiatan magang, tempat dan waktu magang dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini mengenai landasan teori yang meliputi pengertian pemasaran, konsep strategi pemasaran, marketing mix, segmentasi pasar.

BAB III: Gambaran Umum Perusahaan

Pada bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum perusahaan, sejarah ringkas berdirinya perusahaan, struktur organisasi perusahaan, ruang lingkup kegiatan perusahaan.

BAB IV : Pembahasan Masalah

Bab ini berisikan tentang Kebijakan Pemasaran mobil bekas pada showroom Auto Fallen Bukittinggi dan hambatan serta pemecahan.

BAB V : Penutup

Bab ini merupakan penutup berisikan tentang kesimpulan dan saran.

