

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Magang atau disebut kerja praktek bagi mahasiswa di perusahaan dan lembaga-lembaga pemerintah ataupun lembaga non pemerintah adalah salah satu program studi dari program Diploma III pada Jurusan Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang Sumatera Barat yang wajib diikuti oleh mahasiswa semester VI dengan bobot 4 Satuan Kredit Semester (SKS).

Program magang di Universitas Andalas merupakan suatu proses belajar mengajar atau praktek langsung bagi mahasiswa untuk menambah wawasan, pengetahuan, keterampilan dan etika pergaulan khususnya pada lingkungan kerja nyata bagi mahasiswa sebelum mahasiswa tersebut memasuki dunia bisnis yang sebenarnya, sehingga diharapkan setelah mahasiswa lulus bukan hanya menguasai ilmu pemasaran di dunia nyata dengan baik, namun bermanfaat bagi dirinya maupun bagi perusahaan dimana tempat mahasiswa tersebut bekerja nantinya.

Program magang ini dilaksanakan lebih kurang selama 40 hari kerja sesuai dengan program kurikulum di Universitas Andalas, mahasiswa akan memilih topik dan judul magang serta memilih tempat dan lokasi perusahaan swasta, lembaga-lembaga pemerintah maupun non pemerintah serta perusahaan swasta tempat tujuan magang yang dituju.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik melaksanakan program magang ini pada bidang jasa salah satu perusahaan *tour and travel* yang ada di Padang, salah satu perusahaan *tour and travel* PT.Sarosa Merapi Indah Padang yang berkedudukan di Jalan Veteran No.16 Padang, merupakan suatu usaha yang bergerak dibidang pelayanan tiket pesawat untuk tujuan lokal maupun international.

Kondisi ekonomi Indonesia sangat memprihatinkan terlebih pada tahun 1997 yang menyebabkan daya beli masyarakat Indonesia menjadi rendah harga barang-barang serta kebutuhanpun semakin meningkat. Namun kondisi tersebut harus tetap diterima oleh masyarakat. Mereka harus berusaha untuk memenuhi kebutuhan pokok atau membeli barang-barang yang baru. Kecendrungan masyarakat Indonesia yang lebih memilih kebutuhan akan efisiensi waktu dan kemudahan dalam bidang transportasi memberikan peluang besar bagi pengusaha untuk mengembangkan bisnisnya dalam bidang *tour and travel*.

Seiring dengan kemajuan zaman, masyarakat menginginkan kemudahan dalam hal berbagai hal termasuk dalam jasa tiket transportasi yang terpercaya .Dalam keadaan perekonomian yang semakin sulit ini banyak terjadi persaingan di berbagai bidang kehidupan, termasuk persaingan dalam dunia bisnis.

Perusahaan berusaha keras untuk mendapatkan pangsa pasar, sehingga hal ini memacu perusahaan untuk terus berusaha maju memperbaiki bisnisnya. Disamping

itu dengan adanya kemajuan teknologi, perusahaan dituntut untuk dapat mengikuti perkembangan zaman agar tidak tertinggal dengan yang lainnya.

Jika perusahaan ingin dapat tumbuh dan berkembang dengan baik, maka perusahaan harus dapat mengantisipasi perkembangan ekonomi yang semakin kompetitif dan dapat bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama. Hal itu dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan.

Bauran promosi memberikan peluang yang sangat besar terhadap kepentingan dari kedua belah pihak yaitu produsen dan konsumen. Seperti yang disampaikan oleh Saladin dan Oesman (2002) : “Promosi adalah suatu komunikasi informasi produsen dan konsumen yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan mengingat produk tersebut

Salah satu bisnis yang mempunyai prospek yang baik untuk sekarang ini adalah bisnis dalam bidang *tour and travel*. Adanya bisnis ini tak lepas dari peran adanya bauran promosi tentang kebutuhan masyarakat mengenai tiket transportasi, hal ini terlihat dengan semakin banyaknya masyarakat kita yang sering berpergian baik tujuan lokal, maupun international, maka persaingan sesama perusahaan *tour and travel* semakin ketat. Berikut adalah jumlah pesaing *tour and travel* di kota Padang dari tahun 2010 – 2013 :



Tabel 1.1

**Jumlah Pesaing *Tour and Travel* di Kota Padang
2010 - 2013**

Tahun	Perubahan
2010	19
2011	22
2012	25
2013	30

Sumber: info tour and travel Padang

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa semakin meningkatnya jasa pelayanan *tour and travel* dari tahun 2010 sampai 2013 di kota Padang. Dengan semakin meningkatnya pelayanan *tour and travel* perusahaan harus giat dalam melakukan ide-ide yang membedakan dengan pesaing seperti memberikan paket tours seperti umrah dan paket wisata dan memberikan kemudahan dalam urusan transportasi, untuk itu sangat diperlukannya bauran promosi untuk meningkatkan penjualan dalam usaha bisnis *tour and travel* ini.

Sebagai gambaran awal,berikut ini adalah data harga jual dan biaya-biaya promosi pada PT.Sarosa Merapi Indah Padang dari tahun 2010-2014 :

Tabel 1.2

Data Jumlah tiket yang terjual dan Biaya Promosi

Pada PT.Sarosa Merapi Indah Padang

Tahun	Jumlah tiket yang terjual (Unit)	Pertumbuhan penjualan tiket (%)	Biaya Promosi (Rp)	Biaya promosi (%)
2010	15.600	-	11.950.000	-
2011	15.900	1.9 %	10.210.000	(-17.04 %)
2012	14.560	(-9.3 %)	9.815.000	(-4.02 %)
2013	15.010	3 %	8.017.000	(-22.4 %)
2014	13.850	(-8.3 %)	9.516.000	15.8 %

Sumber: PT.Sarosa Merapi Indah Padang

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah penjualan tiket dan biaya promosi dari PT.Sarosa Merapi Indah setiap tahunnya mengalami peningkatan dan penurunan, tingkat penjualan tiket juga dipengaruhi oleh biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan, pada tahun 2010 jumlah penjualan tiket 15.600 unit dan biaya promosi Rp.11.950.000, tahun 2011 jumlah penjualan tiket 15.900 unit mengalami peningkatan 1,9% dan biaya promosi Rp.10.210.000 mengalami penurunan -17,04%, tahun 2012 jumlah penjualan tiket 14.560.000 unit mengalami penurunan -9,3% dan biaya promosi Rp.9.815.000 mengalami penurunan -4,02%, tahun 2013 jumlah penjualan tiket 15.010 unit mengalami peningkatan 3% dan biaya

promosi Rp.8.017.000 mengalami penurunan -22,4%, tahun 2015 jumlah penjualan tiket 13.850 unit mengalami penurunan -8,3% dan biaya promosi Rp.9.516.000 mengalami kenaikan 15,8%.

Berdasarkan uraian diatas,penulis tertarik untuk melakukan magang tentang kebijaksanaan promosi dalam meningkatkan volume penjualan *tour and travel* Padang yang disusun dalam sebuah laporan magang dengan judul :

“BAURAN PROMOSI TOUR AND TRAVEL PADA PT. SAROSA MERAPI INDAH PADANG”

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diuraikan rumusan masalah dari proposal magang ini yaitu apa bauran promosi yang dilakukan oleh PT.Sarosa Merapi Indah Padang ?

1.3.Tujuan Magang

Adapun tujuan penulis dalam melakukan kegiatan magang ini adalah untuk mengetahui bauran promosi apa yang digunakan oleh PT.Sarosa Merapi Indah 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 tentang suasana dunia kerja secara nyata dan memberikan pengalaman bagi penulis.

2. Bagi Perusahaan

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

1.5.Tempat dan Waktu Magang

Kegiatan magang ini dilaksanakan di PT.Sarosa Merapi Indah Padang yang beralamat Jalan Veteran No.16 Padang (0751) 841368 Sumatera Barat. Pelaksanaan magang direncanakan berlangsung selama dua bulan atau 40 hari kerja.

1.6.Sistematika Penulisan

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

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : LANDASAN TEORI

Berisikan tentang teori-teori yang berkaitan dengan topik yaitu : Pengertian pemasaran, pengertian bauran promosi, pengertian promosi, dan publisitas.

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam hal ini penulis menguraikan hal-hal yang berkaitan dengan PT. Sarosa Merapi Indah Padang. Uraian ini berisi tentang sejarah perusahaan, struktur organisasi dan wilayah pemasaran.

BAB IV : PEMBAHASAN

Bab ini berisikan laporan dari hasil kegiatan yang dilaksanakan selama magang yaitu menguraikan tentang bauran promosi *tour and travel* pada PT. Sarosa Merapi Indah Padang.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini memberikan kesimpulan dan saran terhadap permasalahan yang timbul berdasarkan pengamatan penulis selama melakukan penelitian di PT. Sarosa Merapi Indah Padang



