

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini perkembangan dunia usaha di Indonesia mengalami peningkatan yang pesat, ini menyebabkan perusahaan saling bersaing untuk mendapatkan konsumen terbaik. Setiap perusahaan berusaha untuk mencari peluang dalam memperluas pangsa pasarnya agar dapat memenangkan persaingan tersebut, ataupun untuk memajukan usahanya serta tujuan-tujuan lainnya.

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.

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 Padang terdapat beberapa showroom mobil bekas yang menjual berbagai jenis dan merk, salah satunya adalah CV. Berlian Utama Motor. Merk yang ditawarkan showroom Berlian Utama Motor bervariasi meliputi Toyota, Mitsubitsi, Honda, Suzuki, Hyundai dan berbagai merk lainnya.

CV. Berlian Utama Motor 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. Berlian Utama Motor

Untuk itu perusahaan ini harus mencari peluang dan strategi dalam meningkatkan penjualan ini dalam bentuk laporan tugas akhir dengan judul **“KEBIJAKAN BAURAN PEMASARAN PADA CV. BERLIAN UTAMA MOTOR”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan dapat dikemukakan perumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana kebijakan bauran pemasaran yang dilakukan CV. Berlian Utama Motor dalam melakukan penjualan kendaraan ?
2. Apakah kendala yang dihadapi CV. Berlian Utama Motor dalam penerapan kebijakan bauran pemasaran.
3. Apakah solusi dalam penerapan kebijakan bauran pemasaran.

1.3 Tujuan Magang

Tujuan penulis melakukan magang dan penelitian pada CV. Berlian Utama Motor adalah :

1. Untuk mengetahui kebijakan bauran pemasaran pada CV. Berlian Utama Motor
2. Untuk mengetahui apa saja kendala CV. Berlian Utama Motor dalam penerapan kebijakan bauran pemasaran.
3. Untuk mencari solusi atas kendala yang dihadapi CV. Berlian Utama Motor dalam penerapan kebijakan bauran pemasaran.

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 Metode Pengumpulan Data

Metode observasi merupakan metode mengumpulkan data mengamati langsung dilapangan. Proses ini berlangsung dengan pengamatan yang, meliputi, melihat, menghitung dan mengukur dan mencatat kejadian. Metode observasi bisa dikatakan kegiatan yang

meliputi pencatatan secara sistematis kejadian- kejadian, perilaku, objek-objek yang dilihat dan hal-hal yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis

1.6 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam Penulisan ini penulis membatasi pembahasan yang berhubungan dengan kebijakan bauran pemasaran pada CV. Berlian Utama Motor.

1.7 Tempat dan Waktu Magang

Magang ini dilaksanakan di CV. Berlian Utama Motor Padang. Kegiatan magang ini dilakukan selama 2 bulan (40 hari kerja) terhitung dari tanggal 27 Desember 2016 s/d 20 Februari 2017.

1.8 Sistematika Pembahasan

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

Dalam bab ini berisikan tentang landasan teori yang terdiri dari Pengertian pemasaran, strategi pemasaran, konsep pemasaran ,bauran pemasaran

BAB III: Gambaran Umum Perusahaan

Dalam bab ini penulis menguraikan hal yang berkaitan dengan CV. Berlian Utama Motor Padang seperti sejarah, visi dan misi tujuan perusahaan, dan struktur organisasi.

BAB IV : Pembahasan Masalah

Bab ini berisikan laporan dari hasil kegiatan yang dilaksanakan selama magang yaitu menguraikan tentang kebijakan bauran pemasaran pada CV.

Berlian Utama Motor.

BAB V : Penutup

Bab ini merupakan penutup berisikan tentang kesimpulan dan saran.

