

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai bentuk pengembangan diri mahasiswa dalam sistem perkuliahan maka setiap mahasiswa diwajibkan untuk melaksanakan kegiatan magang atau PKL (Praktek Kerja Lapangan) pada semester akhir yaitu semester enam. Kegiatan ini sangat bermanfaat bagi mahasiswa untuk lebih mengetahui, mempelajari dan mengimplementasi ilmu serta pengetahuan yang telah ia peroleh di bangku perkuliahan.

Dengan adanya magang, mahasiswa tersebut akan memiliki pengalaman dalam berinteraksi serta diharapkan mampu berkoordinasi dengan baik dengan perusahaan atau instansi yang terkait. Oleh karna itu, mahasiswa dituntut untuk membangun dan mengenali kreativitasnya melalui kegiatan magang ini. Selain itu, mahasiswa juga diberikan kebebasan untuk memilih perusahaan mana yang akan bekerjasama dalam pelaksanaan kegiatan magangnya.

Dalam hal ini, penulis memilih PT Almara Kurniatama. Keputusan tersebut diambil atas dasar keinginan penulis untuk mengetahui dan mempelajari bagaimana aspek pemasaran yang dilakukan oleh PT Almara Kurniatama sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang properti. Sebagai perusahaan, yang juga mempunyai tujuan meningkatkan penjualan dengan menerapkan bauran promosi, maka dalam kegiatannya

PT Almara Kurniatama dituntut agar dapat bekerja sesuai dengan konsep konsep ekonomi yang mempertimbangkan efisiensi produktivitas dan efektivitas.

Marketing menurut Drs Siswanto (1993:13) Berbagai kebijaksanaan pemasaran yang digunakan untuk mencapai pembeli sasaran secara ringkas dapat digolongkan menjadi 4 kebijaksanaan yaitu:

1. Produk
2. Harga
3. Distribusi
4. Promosi

Menurut Kotler dan Gary Armstrong (2001:23) Bauran pemasaran merupakan saluran pemasaran dan dipandang sebagai penyerahan nilai pelanggan dimana masing masing anggota saluran menambah nilai bagi pelanggan.

PT Almara Kurniatama merupakan perusahaan yang bergerak dibidang properti yang menyediakan perumahan dengan berbagai ukuran. Untuk meningkatkan penjualan, PT Almara Kurniatama melakukan promosi terus menerus. Mengingat di era globalisasi ini teknologi semakin berkembang. PT Almara Kurniatama melakukan promosi dengan media cetak maupun elektronik seperti, koran, radio, media sosial. Dengan promosi yang diterapkan oleh PT Almara Kurniatama diharapkan dapat menarik minat konsumen dengan produk yang dipasarkan.

Pada dasarnya konsumen memiliki kedaulatan untuk memutuskan produk atau jasa mana yang hendak mereka pilih tanpa adanya paksaan atau tuntutan dari pihak eksternal. Selain produk yang diciptakan berkualitas dengan pelayanan yang baik maka untuk meningkatkan penjualan serta mengenalkan produk kepada konsumen maka perusahaan memerlukan promosi. Promosi yang genjar atau terus menerus sangat mempengaruhi minat beli konsumen.

Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti tertarik untuk mengambil judul kegiatan magang ini yaitu “Penerapan Bauran Promosi PT Almara Kurniatama”.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan tujuan penulis dalam melakukan kegiatan magang ini adalah untuk mengetahui :

1. Bagaimanakah penerapan bauran promosi PT Almara Kurniatama?
2. Bagaimanakah cara PT Almara Kurniatama melakukan promosi?

1.3 Tujuan

Adapun tujuab penulis dalam melakukan kegiatan magang ini adalah untuk mengetahui penerapan bauran promosi pada PT. Almara Kurniatama.

1.4 Manfaat Magang

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

a. Bagi Perusahaan

Dengan adanya praktek kerja lapangan ini, diharapkan dapat membantu perusahaan dalam meninjau ulang atau mengevaluasi apa yang telah dilakukan perusahaan yang berlangsung, serta meningkatkan citra yang baik dimata pelanggannya.

b. Bagi Pembaca

Dengan adanya proposal magang ini, pembaca dapat mengetahui permasalahan yang timbul dan bagaimana pemecahannya.

c. Bagi Masyarakat

Bagi Masyarakat diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan bagi masyarakat dan dapat digunakan sebagai referensi tambahan dalam mengembangkan dan penelitian pada bauran promosi.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Metode observasi merupakan metode mengumpulkan data dengan mengamati langsung di lapangan. Proses ini berlangsung dengan pengamatan yang meliputi melihat, merekam, menghitung, mengukur, dan mencatat kejadian. Metode observasi bias dikatakan merupakan kegiatan yang meliputi pencatatan secara sistematis kejadian-

kejadian, perilaku, obyek-obyek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis.

Pada tahap awal metode observasi dilakukan secara umum, penulis mengumpulkan data atau informasi sebanyak mungkin. Tahap selanjutnya penulis harus melakukan observasi yang terfokus, yaitu mulai menyempitkan data atau informasi yang diperlukan sehingga peneliti dapat menemukan pola – pola perilaku hubungan yang terus menerus terjadi.

1.6 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penulisan penulis membatasi pembahasan yang berhubungan tentang penerapan bauran promosi pada PT Almara Kurniatama.

1.7 Waktu dan Tempat Magang

Pelaksanaan ini akan direncanakan pada bulan yang berkisar 40 hari kerja. Penulis berharap dapat ditempatkan sesuai judul dari proposal magang yang diangkat penulis. Hal tersebut dimaksudkan agar penulis dapat mengetahui dan menambah pengetahuannya serta menambah pengalaman dalam bekerjasama dengan para karyawan khususnya karyawan PT Almara Kurniatama. Penulis juga berusaha melakukan kegiatan magang dengan baik bagi perusahaan.

1.8 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan laporan magang ini adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Menjelaskan latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan magang dan manfaat magang.

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 PT Almara Kurniatama yang meliputi sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan penunjang lainnya.

BAB IV: Pembahasan

Bab ini membahas mengenai penerapan bauran promosi pada PT Almara Kurniatama.

BAB V: KESIMPULAN DAN SASARAN

Berisikan tentang rumusan yang berdasarkan hasil hasil pembahasan dari pelaksanaan magang yang terkait dengan penerapan bauran promosi pada PT Almara Kurniatama.

