

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Promosi merupakan salah satu variabel pemasaran yang perlu dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya. Apabila promosi yang dilakukan tepat maka akan mendorong konsumen dalam melakukan pembelian sehingga akan menunjang perusahaan secara keseluruhan. Selain itu dipandang sebagai alat advertensi penjualan meliputi bermacam-macam siasat sebagai pendorong jangka panjang yang dirancang sedemikian rupa untuk menarik diperhatikan dan diminanti oleh konsumen.

Menurut Kotler (2008 : 6) Pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Jadi pemasaran adalah suatu kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan melalui proses pertukaran.

Menurut Suryana (2001 : 112) Promosi adalah cara mengkomunikasikan barang dan jasa yang di tawarkan supaya konsumen mengenal dan membeli. Jadi promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk

mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran atau yang ditunjuk untuk mendorong permintaan.

Menurut Winardi (2005 : 26) Penjualan adalah berkumpulnya seorang pembeli dan penjual dengan tujuan melaksanakan tukar menukar barang dan jasa berdasarkan pertimbangan yang berharga misalnya pertimbangan uang. Jadi penjualan adalah ilmu yang dapat mempengaruhi seseorang yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak seseorang tersebut agar bersedia membeli barang dan jasa yang ditawarkan.

Tujuan utama dari penjualan adalah untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dari produk atau jasa yang dijualnya. Akan tetapi mutu dan kualitas barang dan jasa yang akan dijual harus benar-benar terjamin. Setiap perusahaan harus mempunyai tujuan penjualan yang ingin dicapai. Dalam suatu perusahaan jika penjualannya besar maka pendapatan laba yang diperoleh perusahaan tersebut sangat besar pula. Adapun 5 Jenis-jenis penjualan yaitu :

1. *Trade selling*. Penjualan yang dapat terjadi bilamana produsen dan pedagang besar mempersilakan pengecer untuk berusaha memperbaiki distribusi produk mereka.
2. *Missionary Selling*. Penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang – barang dari penyalur perusahaan.

3. *Technical Selling*. Berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasihat kepada pembeli akhir dari barang dan jasa.
4. *New Business Selling*. Berusaha membuka transaksi baru dengan membuat calon pembeli.
5. *Responsive Selling*. Setiap tenaga kerja penjual dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli melalui *route driving and retailing*. Jenis penjualan ini tidak akan menciptakan penjualan yang besar, namun terjalinnya hubungan pelanggan yang baik yang menjurus pada pembelian ulang.

PT. Andalan Mitra Prestasi Distributor Kao Padang bergerak di bidang usaha barang-barang konsumsi (*Customer Goods*) yang secara garis besar dikelompokkan dalam 4 kategori yaitu :

1. Perawatan kulit yang meliputi sabun perawatan wajah dan sabun mandi *Biore*
2. Perawatan kesehatan berupa pembalut wanita *Laurier*
3. Produk kebutuhan rumah tangga berupa sabun cuci pakaian *Attac*
4. Produk kebutuhan perlengkapan bayi berupa popok bayi *Merries*

Dan PT. Kao Indonesia membuka cabang perusahaan di kota padang sejak tahun 1998 sampai tahun 2015, karna adanya perusahaan daerah yang ingin bergabung bersama PT. Kao Indonesia, dan akhirnya PT. Kao Indonesia mau bekerja sama dengan PT. Andalan Mitra Prestasi Padang. Pada tahun 2015. Sekarang nama perusahaan Kao Indonesia yang ada di padang sudah berubah nama perusahaan

menjadi PT. Andalan Mitra Prestasi Distributor Kao Padang. Jadi permasalahan bagaimana strategi promosi yang harus dilakukan perusahaan, untuk meningkatkan penjualan. Dan Bagaimana cara kerja sales memasarkan produknya ke toko-toko supermarket atau swalayan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis ingin meninjau dan membahas tentang bagaimana Strategi Promosi yang dilakukan pada PT. Andalan Mitra Prestasi Distributor Kao Padang yang akan penulis bahas pada Laporan Kerja Praktek dengan judul “Strategi Promosi Pada PT. Andalan Mitra Prestasi Distributor Kao Padang”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan pada PT. Andalan Mitra Prestasi Distributor Kao Padang untuk meningkatkan penjualan ?
2. Bagaimana cara kerja sales memasarkan produknya ke toko-toko pada PT. Andalan Mitra Prestasi Distributor Kao Padang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Ada tujuan yang ingin penulis capai dalam pelaksanaan magang ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang dilakukan perusahaan, pada PT. Andalan Mitra Prestasi Distributor Kao Padang guna meningkatkan penjualan pada suatu perusahaan.

2. Untuk menganalisis cara kerja sales memasarkan produknya ke toko-toko pada PT. Andalan Mitra Prestasi Distributor Kao Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang akan diadakan oleh penulis ini akan bermanfaat bagi pihak-pihak berikut :

1. Bagi Penulis

Penulis dapat menerapkan ilmu dan teori-teori yang telah dipelajari selama penulis kuliah dan mengimplementasikan pada kegiatan yang sesungguhnya, kemudian penulis juga mempunyai peluang untuk mendapatkan pengetahuan baru dibidang pemasaran dan promosi suatu perusahaan.

2. Bagi penulis/ peneliti lainnya.

Sebagai masukan dan informasi guna penelitian selanjutnya.

3. Bagi Perusahaan

Memberikan masukan kepada perusahaan bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan.

1.5 Ruang Lingkup Kegiatan Magang

Berdasarkan judul dan tujuan kegiatan yang dipaparkan diatas, agar penulis laporan studi akhir ini terarah maka penulis membatasi ruang lingkup permasalahan,

penulis akan membahas bagaimana strategi promosi yang dilakukan setiap perusahaan dan dapat mengetahui cara kerja sales memasarkan produknya ke toko-toko guna meningkatkan penjualannya. Dengan kegiatan-kegiatan penelitian langsung ke objek yang bersangkutan dengan melalui praktek lapangan.

1.6 Tempat dan Waktu Penelitian

Adapun tempat yang sesuai dengan latar belakang dan masalah yang akan dibahas adalah PT. Andalan Mitra Prestasi Distributor Kao Padang sebagai tempat untuk melaksanakan kuliah kerja praktek lapangan magang.

Waktu pelaksanaan kuliah kerja praktek atau magang akan berlangsung selama 40 hari yang terhitung mulai dari tanggal 3 Januari 2017 sampai 27 Februari 2017.

1.7 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data guna penulisan laporan magang ini, penulis melakukan beberapa kegiatan, antara lain :

1. Studi Keperpustakaan

Yaitu dengan mengumpulkan data yang berhubungan dengan masalah yang dibahas. Pada studi pustaka ini dapat diperoleh data yang bersifat teoritis dan berguna yang mempersiapkan bahan yang dibutuhkan sebagai perbandingan dilapangan.

2. Studi Lapangan

Penulisan melakukan penelitian, dan pengamatan langsung pada PT. Andalan Mitra Prestasi Distributor Kao Padang, guna mendapatkan penjelasan dan informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data dan penulisan laporan magang.

1.8 Sistematika Pembuatan Laporan Magang

Agar lebih fokus dalam pembahasan Strategi Promosi pada PT. Andalan Mitra Prestasi Distributor Kao Padang, penulis menyajikan laporan ini dalam lima bab. Adapun sistematika penulisan ini adalah :

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan pendahuluan, yang menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup kegiatan magang, tempat dan waktu penelitian, metode pengumpulan data dan sistematika pembuatan laporan magang.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori yang memuat tentang pengertian pemasaran dan peranan pemasaran, pengertian promosi, fungsi dan tujuan promosi, bauran promosi, metode promosi.

BAB III GAMBARAN UMUM

Merupakan bab khusus tentang gambaran umum perusahaan, menguraikan tentang sejarah ringkas perusahaan, struktur organisasi perusahaan, visi dan misi perusahaan, bidang perusahaan.

BAB IV PEMBAHASAN

Merupakan inti pembahasan yang berisikan tentang strategi promosi yang dilakukan, pengaruh biaya promosi yang digunakan, cara kerja sales memasarkan produknya ke toko-toko guna meningkatkan penjualan yang dilakukan pada PT. Andalan Mitra Prestasi Distributor Kao Padang.

BAB V PENUTUP

Berisikan tentang kesimpulan dan saran berdasarkan hasil-hasil pembahasan sebelumnya.

