

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada zaman maju seperti sekarang ini perusahaan-perusahaan besar di dunia mulai memikirkan apa yang di butuhkan oleh konsumen mereka. Perusahaan-perusahaan tersebut bersaing satu sama lain untuk menarik perhatian konsumen mereka agar mereka bisa memenangkan persaingan tersebut. Perusahaan-perusahaan tersebut melakukan segala cara agar produk atau jasa mereka dapat digunakan dan dipilih oleh konsumen sebagai produk terbaik.

Saat ini perusahaan-perusahaan besar dunia selalu menggunakan strategi pemasaran yang baik agar dapat bersaing dalam dunia bisnis. Begitu juga di Indonesia, perusahaan-perusahaan besar di Indonesia juga melakukan hal yang sama. Sama seperti halnya dalam bertanding sepak bola, sebuah tim harus memiliki strategi sebelum bertanding. Begitu juga dalam dunia bisnis, sebuah perusahaan harus memiliki strategi yang bagus sebelum bersaing di dunia bisnis. Mereka harus bisa membuat produk atau jasa terbaik untuk konsumen, setelah itu mulai menetapkan harga yang sesuai dengan target pasar mereka. Setelah harga yang sesuai didapatkan, sebuah perusahaan harus mampu mempromosikan produk atau jasa mereka, mereka harus memberikan informasi-informasi tentang kelebihan-kelebihan produk atau jasa mereka kepada konsumen, agar konsumen tertarik dan mau membeli atau menggunakan produk atau jasa mereka. Baru

setelah itu perusahaan tersebut mulai mendistribusikan produk atau jasa mereka langsung ke konsumen-konsumen.

Di Indonesia pengguna kendaraan bermobil sangatlah banyak. Kegunaan mobil bagi konsumen sangatlah bermacam-macam, mulai dari untuk rute dekat, rute jauh, dan ada juga untuk mengangkat beban yang berat atau hanya untuk mobil keluarga, dan lain-lain. Untuk kenyamanan para penggunanya saat mengendarai mobilnya di jalanan, perlu adanya kestabilan ban. Dan setiap jangka waktu berkala para pengguna mobil selalu memeriksa keadaan oli mobil mereka. dan oli sangatlah berpengaruh pada ketahanan mesin dan kekuatan mobil saat melaju di jalanan.

Di salah satu kota besar di Indonesia seperti Padang pengguna mobil juga sangat banyak. Otomatis kebutuhan akan ban mobil dan oli juga tinggi. Dan di Padang sama seperti kota-kota besar di Indonesia lainnya. Di Padang juga banyak terdapat perusahaan-perusahaan yang menawarkan ban mobil dan oli yang berkualitas.

Salah satunya adalah PT. Karya Suka Abadi Cabang Padang. Disini PT.KSA Padang menjual segala macam atau jenis ban mobil dan oli untuk kendaraan baik mobil maupun motor. PT. KSA didirikan pada tanggal 01 Oktober tahun 1998 dan langsung dipercaya PT. Goodyears Indonesia,tbk menjadi distributor resmi untuk wilayah Sumatra Barat. Dan dengan landasan pada berbagai bidang dalam pengelolaan perusahaan, PT. KSA mampu melakukan ekspansi usaha dengan membuka cabang di Jambi, Palembang, Pekanbaru,

Simpang Empat-Pasaman, Lampung, Aceh, dan yang terakhir telah diresmikannya cabang Medan pada tahun 2013.

Strategi Buaran Pemasaran yang baik dalam sebuah organisasi sangat dibutuhkan, dengan adanya strategi bauran pemasaran yang baik dan respon positif dari masyarakat berupa kepuasan, maka akan membentuk keputusan pembelian dan loyalitas masyarakat. Untuk itu berdasarkan uraian diatas penulis akan mencoba membahas mengenai “Strategi Bauran Pemasaran pada PT. Karya Suka Abadi Cabang Padang”

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan Strategi Bauran Pemasaran pada PT. Karya Suka Abadi Cabang Padang?
2. Apakah kendala dan solusi dari penerapan Strategi Bauran Pemasaran pada PT. Karya Suka Abadi Cabang Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui penerapan Strategi Bauran Pemasaran pada PT. Karya Suka Abadi Cabang Padang.
2. Mengetahui kendala dan solusi dari penerapan Strategi Bauran Pemasaran pada PT. Karya Suka Abadi Cabang Padang.

1.4 Manfaat penelitian

Dengan tercapainya tujuan diatas, maka penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Bagi akademis

1. Untuk mengetahui bagaimana Strategi Bauran Pemasaran Ban dan Oli pada PT. Karya Suka Abadi Cabang Padang. Sekaligus Menambah ilmu dan wawasan, berfikir serta memantapkan ilmu yang telah diperoleh.
2. Untuk mengetahui kendala dan solusi dari penerapan Strategi Bauran Pemasaran Ban dan Oli pada PT. Karya Suka Abadi Cabang Padang.
3. Untuk mendapatkan pengalaman – pengalaman teknis bagi penulis agar kemampuan dibidang pemasaran dapat ditingkatkan lagi.

b. Bagi praktisi

1. Sebagai bahan referensi tentang strategi bauran pemasaran
2. Agar mengetahui pentingnya strategi bauran pemasaran bagi perusahaan.

c. Bagi penelitian selanjutnya

Untuk menelaah lebih lanjut mengenai strategi bauran pemasaran pada perusahaan.

1.5 Tempat dan Waktu Magang

Direncanakan magang akan dilaksanakan di PT. Karya Suka Abadi Cabang Padang, dengan waktu 40 hari (2 bulan).

1.6 Sistematika Laporan

Adapun sistematika penulisan laporan magang ini adalah:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Menjelaskan latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan Penelitian, manfaat penelitian, tempat dan waktu magang, dan sistematika laporan.

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 gambaran umum perusahaan, sejarah berdirinya PT. Karya Suka Abadi Cabang Padang

BAB IV : PEMBAHASAN

Menguraikan tentang penerapan Strategi Bauran Pemasaran, Kendala Penerapan Strategi Bauran Pemasaran serta Solusinya pada PT. Karya Suka Abadi Cabang Padang.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan tentang kesimpulan dan saran berdasarkan hasil – hasil pembahasan dari pelaksanaan magang yang dilakukan oleh penulis.

