

INTISARI

Seiring dengan berkembangnya kegiatan ekonomi dan meningkatnya kebutuhan manusia, menyebabkan munculnya berbagai peluang usaha diberbagai sektor termasuk sektor jasa. Hal tersebut merupakan salah satu penyebab meningkatnya kebutuhan dan selera masyarakat akan jasa hiburan, rekreasi maupun olahraga.

Salah satu jasa yang sedang marak sekarang ini adalah Jasa Penyedia Berbagai Sarana Olahraga dan Jasa Penyedia Gedung Serbaguna yang sangat efektif dan efisien dapat digunakan untuk berbagai acara dan kegiatan. Jasa pelayanan yang ditawarkan berupa jasa pelayanan dan harga yang tidak cukup untuk menarik konsumen tanpa adanya komunikasi, untuk itu perusahaan dituntut untuk bisa mendekati diri kepada konsumen melalui kegiatan promosi secara efektif dan efisien yang bertujuan untuk memperkenalkan produk yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen dan menarik konsumen agar mau menggunakan jasa dan pelayanan yang disediakan oleh perusahaan jasa.

PT. Bikasoga Bandung yang menjadi objek penelitian disini adalah suatu perusahaan yang bergerak dibidang Jasa Penyewaan Gedung Serbaguna dan Sports Centre, yang terletak di Jalan Suryalaya Indah No 1-3 Buah Batu Bandung.

Dengan penjelasan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan kerja praktik dan menyajikannya dalam bentuk Laporan Tugas Akhir yang berjudul **“Tinjauan Pelaksanaan Kegiatan Promosi Untuk Jasa Penyewaan Gedung Dan Sports Centre Pada PT. Bikasoga Bandung”**. Adapun tujuan penulis mengadakan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Bikasoga dan juga untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi oleh perusahaan dalam melakukan kegiatan promosi serta bagaimana cara mengatasi masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan dalam melakukan kegiatan promosi tersebut.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode Deskriptif, yaitu metode penelitian dengan mengumpulkan data yang sesuai dengan keadaan sebenarnya serta memberikan deskriptif atau gambaran-gambaran yang ada untuk diolah. Pengumpulan data yang digunakan adalah penelitian lapangan melalui wawancara, observasi dan kuesioner. Dari hasil penelitian, pelaksanaan kegiatan promosi pada PT. Bikasoga yang antara lain dalam bentuk Personal selling, Sales Promotion dan Public Relation, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pelaksanaan kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Bikasoga sudah efektif. Adapun faktor pendorong meningkatnya penjualan adalah dengan adanya tingkat persaingan yang dapat memicu perusahaan untuk melakukan promosi yang lebih aktif dan adanya peluang pasar. Selain itu adanya faktor penghambat yaitu terbatasnya dana dan adanya pengaruh pesaing yang bergerak dalam bidang yang sama. Adapun saran yang diberikan penulis bagi perusahaan adalah agar tetap terus melaksanakan kegiatan promosi yaitu dengan merencanakan bentuk-bentuk promosi yang disesuaikan dengan anggaran yang dimiliki oleh perusahaan dan berusaha untuk selalu menonjolkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan, baik dari segi pelayanan maupun fasilitas.