

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Seiring dengan perkembangan teknologi yang tumbuh pesat, membawa dampak terhadap munculnya peluang-peluang diberbagai bidang usaha yang menyebabkan dinamika kehidupan perekonomian dan sosial menjadi dinamis. Pendapatan masyarakat meningkat begitupun dengan jenis kebutuhan hidup mereka yang tidak hanya mengkonsumsi barang-barang (produk) seperti makanan, minuman, pakaian, rumah, tetapi mereka juga mengkonsumsi barang tidak nyata (jasa) seperti pendidikan,hiburan dan olahraga.

Salah satu produk jasa yang sedang marak sekarang ini adalah jasa penyediaan berbagai sarana olahraga dan juga jasa penyewaan gedung serba guna yang bisa dimanfaatkan untuk berbagai acara dan kegiatan. Hal ini sejalan dengan kehidupan dinamis dimana kebutuhan pelengkap menjadi lebih penting, misalnya kebutuhan olahraga sangat dibutuhkan untuk menghilangkan kejenuhan di sela-sela aktivitas bekerja dan juga sebagai suatu kebutuhan fisik tubuh kita agar kondisi badan bisa tetap sehat dan bugar. Sarana penyewaan gedung pun bisa menjadi sesuatu yang sangat penting dan dibutuhkan oleh masyarakat, dimana pada era globalisasi seperti sekarang ini banyak sekali konsumen perseorangan maupun perusahaan yang ingin meyenggarakan suatu acara atau kegiatan baik berupa kegiatan hiburan maupun kegiatan resmi diadakan dalam suatu tempat dengan didukung oleh fasilitas yang nyaman dan memadai tetapi praktis dan efisien. Untuk itu perusahaan yang bergerak di bidang jasa ini, saat ini dituntut untuk dapat meningkatkan profesionalismenya yaitu baik dalam mempromosikan produk, meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan jasa maupun pada sumber daya manusianya itu sendiri, sehingga kebutuhan dan kepuasan konsumen pun dapat terpenuhi.

Kondisi ini mengakibatkan persaingan antar perusahaan yang bergerak pada bidang jasa yang sama akan semakin meningkat tajam. Perusahaan berlomba-lomba untuk menarik konsumen dan pada akhirnya konsumen mendapatkan banyak pilihan dan keuntungan dari keadaan tersebut. Begitu pula dalam promosi yang dilakukan oleh setiap perusahaan selalu berbeda-beda, oleh sebab itu perusahaan dituntut untuk bisa mendekatkan diri kepada konsumen dengan memperkenalkan produk-produk yang

ditawarkannya melalui suatu kegiatan promosi yang dilakukan secara efektif dan efisien sehingga dapat menarik perhatian konsumen.

Adapun cara yang ditempuh masing-masing perusahaan jasa dalam menawarkan produknya berbeda-beda satu dengan yang lainnya. Produk jasa yang ditawarkan antara lain berupa fasilitas, mutu pelayanan, dan harga yang bersaing. Untuk dapat menarik perhatian konsumen ketiga hal diatas tidak cukup. Oleh karena itu, agar konsumen tertarik untuk menggunakan jasa perusahaan diperlukan adanya komunikasi yang efektif tentang pelayanan jasa yang akan ditawarkan, sehingga dengan komunikasi tersebut selanjutnya diharapkan konsumen menjadi pelanggan pengguna jasa perusahaan.

Namun ditengah-tengah resiko situasi ekonomi dalam negeri yang masih mengancam, maka perusahaan banyak menghadapi berbagai kendala , diantaranya dalam hal pemasaran terutama perusahaan yang tidak mampu bersaing, sehingga perputaran barang dan uang menjadi tidak lancar. Hal ini menyebabkan tidak sedikit perusahaan-perusahaan yang tidak lagi melanjutkan usahanya.

Salah satu upaya dalam pemasaran ini adalah dalam hal promosi, karena promosi ini sangat penting dimana promosi berfungsi untuk memperkenalkan dan menyalurkan produk yang akan dijual kepada konsumen.

Menurut Rambat Lupiyoadi (2000,108) didalam bauran promosi jasa ada enam alat promosi yang dapat digunakan yaitu *Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Public Relations, Word of Mouth dan Direct Marketing*. Dari keenam alat promosi diatas perusahaan harus memilih alat promosi yang paling efektif dalam memasarkan suatu produk atau jasa yang sesuai dengan berbagai faktor, yaitu cirri-ciri pasar, jenis produk, sasaran organisasi dan anggaran perusahaan. Setelah melihat faktor-faktor tersebut, maka perusahaan dapat memilih alat promosi yang sesuai dengan sasaran perusahaannya.

PT. Bikasoga Bandung adalah suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa penyewaan gedung serba guna dan juga jasa penyedia berbagai sarana olahraga. Perusahaan yang bergerak dibidang jasa ini cukup ketat, maka dalam hal ini PT. Bikasoga Bandung berusaha agar tetap unggul dibandingkan dengan para pesaingnya yang bergerak dalam bidang yang sama dan salah satu caranya adalah dengan melaksanakan suatu kegiatan promosi yang dilakukan guna memperkenalkan produk jasa yang disediakan oleh perusahaan beserta keunggulannya yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Mengingat pentingnya dan besarnya pengaruh kegiatan promosi dalam suatu perusahaan sebagaimana yang telah dijelaskan diatas, maka penulis tertarik untuk menyusun Laporan Tugas Akhir dengan judul **“TINJAUAN PELAKSANAAN KEGIATAN PROMOSI UNTUK JASA PENYEWAAN GEDUNG DAN SPORTS CENTRE PADA PT. BIKASOGA BANDUNG”**.

1.2 Identifikasi Masalah

PT. Bikasoga Bandung adalah suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa Penyewaan Gedung Serbaguna dan juga jasa Penyedia Berbagai Sarana Olahraga. Untuk dapat memperkenalkan produknya kepada konsumen, maka promosi merupakan kegiatan yang sangat penting dilakukan oleh suatu perusahaan agar konsumen dapat mengetahui jasa apa saja yang ditawarkan oleh perusahaan beserta keunggulannya yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah yang akan dibahas dalam Laporan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan kegiatan promosi yang dilakukan PT. Bikasoga Bandung?
2. Hambatan apa saja yang dihadapi dalam pelaksanaan promosi penjualan?

1.3 Maksud dan Tujuan Kerja Praktek

Adapun maksud dan tujuan dari kerja praktek ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Bikasoga Bandung.
2. Untuk mengetahui hambatan apa saja yang dihadapi dalam pelaksanaan promosi penjualan.

1.4. Kegunaan Tugas Akhir

Kegunaan penelitian ini dibagi dalam dua bentuk kegunaan yang di deskripsikan sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan berguna bagi penulis sendiri sebagai bahan perbandingan antara teori yang penulis dapatkan dengan melalui praktek yang dijalankan , sehingga dapat menambah pengetahuan dan pengalaman.

2. Kegunaan Praktis

Berguna sebagai bahan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan terutama bagi perusahaan, sebagai salah satu sarana masukan dan pertimbangan dalam merancang dan melakukan kegiatan promosi. Dan juga bagi pihak-pihak lain sebagai salah satu referensi bagi mereka yang tertarik dalam mempelajari lebih jauh untuk masalah penelitian yang sama.

1.5 Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif , yaitu metode yang bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan untuk memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. (Sumadi Suryabrata, 2000, hal 18).

Dalam penyusunan Laporan Penyusunan Tugas Akhir ini, data yang digunakan adalah :

1. Data Primer, merupakan data yang diperoleh secara langsung dari pihak intern perusahaan melalui wawancara dan pengamatan pada waktu penelitian.
2. Data Sekunder, merupakan data yang diperoleh dari studi kepustakaan, yaitu dengan mempelajari teori-teori, buku-buku dan catatan perkuliahan yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Study Lapangan (Field Research)

Yaitu metode penelitian yang dilakukan untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan melalui peninjauan langsung terhadap objek penelitian dalam hal ini PT. Bikasoga Bandung. Penelitian tersebut dilakukan dalam bentuk daftar pertanyaan dan melakukan wawancara dengan pihak yang berkepentingan.

2. Study Kepustakaan (Library Research)

Yaitu pengumpulan data dengan mempelajari buku-buku, catatan kuliah, literature, dan sumber lainnya yang berhubungan dengan penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.

1.6 Lokasi dan waktu Kerja Praktek

adapun lokasi penelitian tersebut dilakukan di PT. Bikasoga yang beralamat di Jalan Suryalaya Indah no 1-3 Bandung. Waktu penelitian penulis lakukan dari tanggal 26 September sampai dengan tanggal 25 Oktober.