BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Pada beberapa tahun terakhir, perekonomian Indonesia mengalami masa yang sangat sulit, diawali krisis moneter, diikuti krisis ekonomi dan krisis total. Pasca PEMILU 2000, roda perekonomian relatif mulai membaik dan sektor riil mulai bergairah, walaupun belum stabil.

Dalam kondisi bagaimanapun, tenaga kerja mempunyai peranan penting dalam mendorong laju perekonomian. Semakin meningkatnya penggunaan teknologi di berbagai sektor kegiatan usaha dapat mengakibatkan semakin tinggi resiko yang mengancam keselamatan, kesehatan dan kesejahteraan tenaga kerja sehingga perlu upaya peningkatan perlindungan tenaga kerja

Untuk memberikan ketenangan kepada tenaga kerja yang berdampak positif terhadap usaha-usaha peningkatan disiplin dan produktivitas tenaga kerja, pemerintah menetapkan UU No. 3 tahun 1992 tentang Program Jaminan Sosial Tenaga Kerja. Untuk pelaksanaannya ditunjuk PT. JAMSOSTEK (Persero), yang merupakan Badan Usaha Milik Negara.

Walaupun Program Jamsostek bersifat wajib, kegiatan pemasaran sangat diperlukan untuk mensosialisasikan dan menginformasikan kepada dunia usaha dan tenaga kerja, khususnya dengan cara promosi. Sehingga diharapkan semua perusahaan dan tenaga kerja menjadi anggota Jamsostek. Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk berkomunikasi dengan calon pembeli sehingga mereka tertarik

UNIKOM

terhadap produk perusahaan. Apabila tidak dilakukan kegiatan pemasaran dapat mengakibatkan kurangnya informasi akan manfaatnya bagi perusahaan dan tenaga kerja sehingga berakibat minimnya peserta, yang pada akhirnya berpengaruh terhadap pendapatan iuran.

Dalam memasarkan produknya (Program Jaminan Sosial Tenaga Kerja), PT. JAMSOSTEK (Persero) Cabang Bandung lebih menitikberatkan pada Personal Selling disamping alat promosi yang lain. Dimana Personal Selling merupakan sarana untuk berinteraksi langsung dengan calon pembeli dengan tujuan mempengaruhi dan melakukan penjualan. Dari uraian diatas, maka dalam penelitian ini penulis tertarik untuk mengambil judul :

"PERANAN PERSONAL SELLING TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH PESERTA PADA PT. JAMSOSTEK (PERSERO) CABANG BANDUNG".

1.2. Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana kegiatan personal selling yang dilakukan oleh PT. JAMSOSTEK (Persero) Cabang Bandung.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menghambat dan menunjang kegiatan Personal Selling di PT. JAMSOSTEK (Persero) Cabang Bandung.
3. Untuk mengetahui sejauh mana hubungan personal selling dengan peningkatan jumlah peserta di PT. JAMSOSTEK (Persero) Cabang Bandung.

1.3. Metodologi Penelitian

Dalam menyusun laporan ini penulis membutuhkan data-data yang lengkap dan terperinci. Untuk itu penulis mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dengan metode yang digunakan sebagai berikut:

1. Metode observasi

   suatu usaha penelitian tentang objek tertentu, dengan jalan melihat serta mengamati objek tersebut. Sehingga dengan ini penulis membandingkan antara yang diperoleh di dunia pendidikan dengan praktek yang sebenarnya.

2. Metode interview

   Dalam hal ini penulis mengadakan tanya jawab dengan karyawan atau dengan bagian lain yang berhubungan dengan materi yang diberikan dan yang diperlihatkan dalam menyusun laporan ini.

3. Metode study kepustakaan

   Laporan ini menggunakan data-data dari buku-buku dan pustaka yang ada hubungan nya dengan permasalahan yang diambil.

1.4. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka penulis mengidentifikasikan permasalahaan yang akan dijadikan acuan untuk dibahas secara mendalam sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan kegiatan Personal Selling yang dilakukan oleh PT. JAMSOTEK (Persero) Cabang Bandung.

2. Faktor- faktor yang menghambat dan menunjang kegiatan Personal Selling di PT. JAMSOSTEK (Persero) Cabang Bandung.
3. Bagaimana hubungan Personal Selling dengan peningkatan jumlah peserta di PT. JAMSOSTEK (Persero) Cabang Bandung.

.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Meliputi latar belakang penelitian, maksud dan tujuan penelitian, metodologi penelitian , pembatasan masalah, dan sistematika penulisan mengenai masalah yang akan dibahas dalam penyusunan tugas akhir ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisikan tentang landasan teori tentang pemasaran, pengertian pemasaran, promosi, pengertian personal selling.

BAB III DATA HASIL PENELITIAN

Berisikan tentang sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi dan aktivitas perusahaan, produk yang dipasarkan, pengajuan klaim dan pasar sasaran.

BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN

Berisikan tentang tujuan pelaksanaan personal selling, bentuk personal selling, proses personal selling, kegiatan personal selling, faktor penunjang aktivitas personal selling, faktor penghambat, hubungan personal selling dengan peningkatan jumlah peserta di PT JAMSOSTEK (Persero) Cabang Bandung.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian serta saran dari peneliti untuk perusahanan.