BAB I

PENDAHULUAN

UNIT PELAKSANA TEKNIS PERPUSTAKAAN
UNIKOM

1.1 Latar Belakang Kerja Praktek

Dalam Perkembangan kehidupan masyarakat saat ini, kebutuhan manusia akan informasi sangatlah tinggi, dan untuk memenuhi kebutuhan akan informasi tersebut, maka muncullah berbagai macam media baik cetak maupun media elektronik yang menyajikan informasi tersebut. Dengan mulai bermunculannya media-media penyaji informasi tersebut, maka secara tidak langsung mereka telah menimbulkan suatu persaingan dimana mereka berusaha untuk mempertahankan keiangsungan hidup usahanya dan juga agar mereka dapat mengambil hati masyarakat pengguna informasi tersebut.

Dengan adanya persaingan tersebut maka setiap media dituntut tidak hanya untuk mampu berproduksi, tetapi juga harus mampu untuk menyajikan informasi tersebut dengan kualitas yang baik agar mampu memuaskan para pembaca atau para pengguna informasi.

Kegiatan yang juga sangat penting disamping menyajikan informasi dan mencari informasi yang terbaru adalah kegiatan promosi yang merupakan upaya-upaya untuk mengenalkan produk yang yang telah dihasilkan yaitu dalam bentuk informasi.

Suatu perusahaan dituntut untuk dapat dan mampu menyalurkan atau mempromosikan produk kepada konsumen secara efektif (berhasil guna) dan efisien (berdaya guna) agar dapat mecapai tujuan usahanya.

Promosi penjualan harus sesuai dengan tuntunan pasar yang akan menjadi sasaran karena promosi penjualan yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar dan lingkungan akan mudah ditinggalkan konsumen dan perusahaan dituntut mampu mengantisipasi hal tersebut melalui pelaksanaan strategi promosi penjualan yang sesuai.

Surat Kabar Mingguan (SKM) BOM yang menjalankan usahanya sebagai penyedia informasi bagi masyarakat selalu berupaya untuk terus memperbaiki dan mengembangkan produk yang telah ada melalui kegiatan promosi yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan juga untuk mencapai tujuan usahanya.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul untuk laporan kerja praktek ini adalah : **" Pelaksanaan Strategi Promosi Penjualan Pada Surat Kabar Mingguan BOM Bandung ".**

1.2 Tujuan Kerja Praktek

Adapun tujuan penulis melakukan kerja praktek ini dintarannya:

1. Mengetahui Bagaimana Pelaksanaan Strategi Promosi penjualan pada Surat Kabar Mingguan BOM Bandung.
2. Mengetahui Masalah-masalah yang dihadapi di dalam Pelaksanaan Strategi Promosi Penjualan Pada Surat Kabar Mingguan BOM Bandung.

3. Mengetahui Bagaimana pemecahan masalah yang dilakukan untuk mengatasi Masalah – masalah yang timbul dalam pelaksanaan strategi promosi penjualan pada Surat Kabar Mingguan BOM Bandung.

1.3 Kegunaan Kerja Praktek

Adapun kegunaan kerja praktek ini diantaranya sebagai berikut :

1. Bagi penulis

   Hasil laporan praktek kerja ini dapat memperluas wawasan dan ilmu pengetahuan penulis dalam upaya memperdalam ilmu, Khususnya mengenai pelaksanaan promosi dan menerapkan teori-teori pelaksanaan promosi yang diperoleh.

2. Bagi perusahaan

   Sebagai bahan masukan bagi perusahaan dalam menerapkan kebijaksanaan dalam bidang pelaksanaan promosi sehingga manfaatnya tidak saja dirasakan oleh pihak perusahaan tetapi juga seluruh karyawan.

3. Sumbangan terhadap ilmu pengetahuan

   Hasil laporan praktek kerja ini merupakan sumbangan terhadap ilmu pengetahuan khususnya administrasi Bisnis dan diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan kajian serta dasar untuk penelitian lebih lanjut.

1.4 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Kerja Praktek

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penulisan Laporan kerja praktek, Penulis melakukan kerja praktek di Surat Kabar Mingguan BOM yang berlokasi di Jl. Sriwijaya Blk No. 197 (Jl. Babakan priangan No. 3) Bandung. Sedangkan lamanya kerja praktek yang dilaksanakan oleh penulis selama 30 hari terhitung mulai tanggal 02 Agustus 2003 sampai dengan 31 Agustus 2003.