BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era informasi yang ditandai dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat serta persaingan global yang semakin sengit, peran telekomunikasi semakin penting untuk menunjang, mendorong bahkan menggerakan berbagai ndust kehidupan.

Setiap perusahaan yang menghasilkan produk barang dan jasa dituntut untuk memaksimalkan kualitas produksi barangnya serta perlu adanya ndust penjualan dan pemasaran yan baik dan tepat terutama untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan menjaga agar konsumen tetap mengkonsumsi barang-barang yang diperoduksi oleh perusahaan tersebut. Oleh karena itu perusahaan perlu menetukan promosi penjualan dan strategi pemasaran yang tepat. Apalagi persaingan sekarang ini semakin ketat untuk melakukan pemasaran jasa atau produk, perusahaan harus dapat bergerak pada berbagai ndustry na pilihan pasar dan berusaha mengungguli para pesaing yang terus berubah dan bertambah banyak.

Untuk dapat mencapai tujuan tersebut maka perlu dilakukan suatu strategi promosi yang baik, agar perusahaan dapat memperoleh laba yang maksimal. Starategi promosi diperukan karena dengan melakukan strategi promosi yang baik

dan tepat maka perusahaan dapat mencapai tujuan sesuai dengan target yang diharapkan.

Apabila perusahaan ingin menjadi yang terbaik dalam memenuhi kebutuhan pasar yang menjadi sasarannya, maka perusahaan harus dapat mengetahui secara pasti kebutuhan para konsumennya dengan memperhatikan kualitas dan pelayanan yang sesuai dengan harapan para konsumen.

Dengan perkembangan teknologi, maka secara tidak langsung dapat menimbulkan persaingan yang dapat mengakibatkan menurunnya nilai perusahaan. Tingkat penjualan sekarang ini akan menentukan laba bagi perusahaan yang akan ndust. Begitu pula PT. INTI (Persero) sebagai perusahaan yang bergerak dibidang telekomunikasi dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, maka PT. INTI (Persero) telah menyusun strategi promosi yang tepat. Strategi promosi yang dilakukan oleh PT. INTI (Persero) yaitu dengan menggunakan unsur-unsur peralatan atau yang lebih dkenal dengan bauran promosi.

Sesuai uraian diatas, maka dalam penulisan laporan kerja praktek lapangan ini penulis memilih judul **"STRATEGI PROMOSI YANG DILAKUKAN BAGIAN MANAJEMEN ASSET DIVISI PEMASARAN PT. INTI (PESERO) BANDUNG"**

1.2 Tujuan Kerja Praktek

Adapun penulis mengadakan kerja praktek ini adalah untuk mendapatkan data dan informasi secara langsung ke instansi yang bersangkutan, yaitu mengenai bentuk-bentuk kegiatan promosi apa saja yang dilakukan di Bagaian Manajemen Asset Divisi Pemasaran PT. INTI (Persero) Bandung dan sejauh mana peranan Pelaksanaan promosi yang dilakukan dalam usahanya meningkatkan penjualan di PT. INTI (Persero) Bandung.

Adapun tujuan dengan diadakannya kerja praktek tersebut adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi Promosi yang dilakukan Bagian Manajemen Asset Divisi Pemasaran PT. INTI (Persero) Bandung.
2. Untuk mengetahui hambatan dalam melakukan strategi promosi yang dilakukan bagian Manajemen Asset Divisi Pemasaran PT. INTI (Persero) Bandung.

1.3 Kegunaan Kerja Praktek

Dengan diadakannya kerja praktek ini, baik secara langsung maupun tidak langsung dapat bermanfaat bagi semua pihak, terutama bagi penulis dan perusahaan tempat penulis melakukan kerja praktek.

Adapun kegunaan kerja praktek bagi penulis adalah sebagai berikut:

1. Berguna bagi penulis untuk menambah wawasan pengetahuan sebagai bekal agar dapat menerapkan kombinasi yang tepat antara keadaan teoritis dengan keadaan yang sebenarnya.

2. Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam rangka menerapkan pelaksanaan promosi penjualan yang efektif agar nantinya eksistensi perusahaan dapat terjamin.
3. Berguna bagi pihak terkait diantaranya pelanggan, relasi, kalangan media dan lain-lain.
4. Sebagian bahan untuk pengembangan ilmu manajemen khususnya manajemen pemasaran.
5. Sebagai bahan referensi bagi penulis lebih lanjut yang menulis laporan ini tentang strategi promosi untuk meningkatkan penjalan sewa gedung di Bagian Manajemn Asset Divisi Pemasaran PT. INTI (Persero) Bandung.

1.4 Lokasi Dan Waktu Pelaksanaan Kerja Praktek

Lokasi yang dijadikan tempat kerja praktek ini adalah pada PT. INTI (Persero) Bandung jalan Mochammmad Toha No. 77 Bandung. Waktu pelaksanaan kerja praktek dimulai dari tanggal 06 juli 2009 sampai dengan tanggal 30 juli 2009, dengan ketentuan jam kerja sebagai berikut :

1. Hari senin sampai dengan hari jumat : Pukul 08.00-12.00
2. Hari Sabtu, dan hari merah libur kerja

Tabel 1.1

Jadwal Kerja Praktek

Waktu / Keterangan	juni				juli				Agustus				September				Oktober				November				Desember				Januari			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Memperoleh surat izin Kerja Praktek dari kampus																																
Mengajukan surat permohonan Kerja Praktek ke perusahaan																																
Melaksanakan kerja praktek																																
Pemilihan judul kerja praktek																																
Pengumpulan data dari perusahaan																																
Bimbingan Kerja Praktek baik dengan dosen pembimbing maupun di perusahaan																																
Penyusunan Laporan Kerja Praktek																																
Sidang KP																																