BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Kerja Praktek

Salah satu kebutuhan manusia adalah kebutuhan untuk makan dan minum, dimana kebutuhan akan minuman selalu didasari oleh keinginan yang berbeda-beda, dimana keinginan merupakan alat untuk pemuas kebutuhan tersebut. Melihat kondisi tersebut, maka terciptalah peluang pasar dimana perusahaan yang menyediakan minuman ringan menjadi semakin banyak, mulai dari pemimpin pasar, pengikut pasar,dan pesaing pasar. Perusahaan-perusahaan tersebut akan menggunakan berbagai cara untuk dapat menonjolkan keunggulan kompetitifnya, agar produknya dapat tetap laku di pasaran. Karena dalam hal ini pemasaran dapat dikatakan sebagai pola pikir yang menyadari bahwa perusahaan tidak akan dapat bertahan tanpa adanya transaksi pembelian.

Coca-Cola adalah salah satu produk minuman ringan yang telah menjadi *market leader* di dunia, bahkan di Indonesia. PT Coca Cola Amatil Indonesia – West Java yang beralamat di jalan Terusan Pasirkoja merupakan Mitra usaha Coca-Cola saat ini merupakan pengusaha Indonesia yang juga adalah mitra usaha saat perusahaan ini memulai kegiatan usahanya di Indonesia. Meskipun produk Coca-Cola telah menjadi pemimpin pasar produk minuman ringan, perusahaan harus tetap mempertahankan pangsa pasarnya dengan berbagai strategi.

Strategi dorong mencakup pengusaha produsen atas tenaga penjualan dan uang promosi perdagangannya untuk membujuk perantara

penerima,mempromosikan dan menjual produk tersebut kepada pengguna akhir, sedangkan strategi tarik mencakup pengusaha produsen terhadap iklan dan promosi untuk membujuk konsumennya agar bertanya kepada perantara produk tersebut. Biasanya perusahaan baru memulai bisnisnya sebagai usaha lokal yang melakukan penjualan di pasar yang terbatas, dengan menggunakan perantara yang ada. Bahkan perusahaan yang sudah besar sekalipun akan menambah cabang salurannya agar dapat meningkatkan pangsa pasarnya. Kegiatan perusahaan pun sangat beragam, dimulai dengan pemesan barang sampai barang tersebut dikirim kepada *outlet*. Setiap perusahaan, termasuk perusahaan dagang memiliki persediaan. Persediaan secara umum dapat diartikan sebagai hal/benda yang dibeli untuk dijual kembali atau digunakan untuk proses produksi. Melihat kondisi tersebut, PT Coca Cola Amatil Indonesia harus tetap mempertahankan pangsa pasarnya dengan cara mengorder produk-produknya setiap hari ke pihak-pihak outlet.

Inti dari *ordering* yang berhasil adalah *sales representative* yang efektif. Dimana *sales representative* haruslah orang yang jujur, dapat diandalkan, berpengetahuan luas, karena merekalah yang secara langsung menentukan keberhasilan dari penjualan. Pendekatan-pendekatan yang dilakukan oleh *sales representative,* mengubah mereka dari penerima pesanan yang pasif menjadi pencari pesanan yang aktif. Begitu pula di PT Coca Cola Amatil Indonesia dimana untuk dapat melakukan *order* tersebut, *sales representative* mempunyai peran yang cukup penting, karena *sales representative.* Melakukan *order* tiap hari ke outlet-outlet yang ditentukan. Selain melakukan *order, sales representative* juga

diberi kesempatan untuk menganalisis peluang-peluang pasar, dimana mereka menganalisis potensi-potensi unyuk membuka outlet baru, dengan cara bernegosiasi dengan pemilik warung, ataupun toko, dimana merupakan salah satu saluran pemasaran.

Penulis memilih PT. Coca-cola Amatil Indonesia sebagai bahan kajian dalam laporan kerja praktek ini. Dimana Coca-cola merupakan perusahaan produk minuman yang mempunyai pangsa pasar yang sangat besar dan terus meningkat.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk mengetahui dan mempelajari tentang **"*SALES REPRESENTATIVE* PADA PT. COCA-COLA AMATIL INDONESIA."**

1.2 Tujuan Kerja Praktek

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk memenuhi salah satu tugas mata kuliah Kerja Praktek.
2. Untuk mengetahui peran *sales representative* pada PT.Coca-cola *Amatil* Indonesia.
3. Untuk mengetahui tugas *sales representative* pada PT. Coca-cola *Amatil* Indonesia.

1.3 Kegunaan Kerja Praktek

1.3.1 Kegunaan Praktis

1. Perusahaan

Diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pimpinan perusahaan dalam melihat aspek kegiatan *sales representative* sebagai representasi dalam melakukan order.

2.Pihak lain

Hasil laporan ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi yang dapat bermanfaat bagi pihak lain terutama untuk mengetahui lebih jauh tentang *sales representative* pada PT. Coca-cola Amatil Indonesia.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis mengenai *sales representative* pada PT. Coca-cola Amatil Indonesia melalui penerapan ilmu dan teori yang diperoleh dibangku perkuliahan dan mengaplikasikannya kedalam teori penelitian ini.

2. Perkembangan ilmu manajemen

Diharapkan dapat dijadikan sebagai pembanding antara ilmu-ilmu menajemen dengan keadaan yang terjadi dilapangan sehingga dengan adanya pembanding tersebut akan dapat memajukan ilmu manajemen yang sudah ada untuk diterapkan pada dunia secara nyata.

1.4. Lokasi dan Waktu Kerja Praktek

Penulis melaksanakan kerja praktek di di PT. Coca-cola Amatil Indonesia. Jalan Terusan Pasirkoja No. 334 Bandung. Untuk kelancaran kegiatan Kerja Praktek, maka jadwal Kerja Praktek diperkirakan dimulai sejak 4 Juli 2011 sampai dengan selesai.

1. Kerja Praktek dilaksanakan setiap hari senin-sabtu.
2. Pelaksanaan Kerja Praktek dimulai pada pukul 07.00 – selesai.