BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Dasar Pemikiran Magang

Dalam era yang milenial seperti sekarang ini komunikasi adalah sesuatu hal yang tidak dapat dipisahkan di tatanan peradaban manusia. Komunikasi merupakan salah satu aspek kehidupan yang diperlukan sebagai interaksi sesama makhluk sosial. Apalagi di dorong dengan berkembang pesatnya teknologi informasi yang membantu manusia untuk lebih mudah mengakses segala aktivitas kapanpun dan dimanapun. Dengan demikian bantuan teknologi dan aktivitas komunikasi maka segala kegiatan yang manusia lakukan dapat berjalan dengan efektif dan baik. Selain itu dalam sisi manajemen, komunikasi sangat di perlukan apalagi untuk mempermudah kinerja dalam perusahaan seperti pengambilan keputusan dan interaksi antara perusahaan dengan pelanggan.

Perkembangan dunia semakin maju beriringan juga dengan munculnya beberapa permasalahan yang ada. Salah satunya adalah muncul banyak persaingan bisnis yang terjadi antar perusahaan baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Oleh karena itu dalam menghadapi persaingan yang ada perlu adanya inovasi atau perbaikan dari segala lini. Dalam fenomena persaingan yang ada sekarang para pelaku usaha ingin mengusai pangsa pasar. Sehingga dapat menyebabkan beberapa perusahaan ingin mengembangkan dan merencanakan strategi dalam

upaya bersaing dalam pangsa pasar. Dengan berubahnya pasar yang begitu cepat para pelaku usaha harus cermat dalam mengantisipasinya.

Salah satu yang terkena imbas dari persaingan bisnis adalah para perusahaan otomotif. Salah satunya adalah PT. Sumber Buana Motor Kawasaki yang merupakan perusahaan bagian dari Kawasaki Motor Indonesia ini beralamatkan di Jl. Magelang No. 135-B. Dalam persaingan merebut pangsa pasar tentunya PT. Sumber Buana Motor Kawasaki dituntut untuk dapat melakukan inovasi dan komunikasi yang interaktif terhadap para konsumen atau target pasarnya. Oleh karena itu sisi marketing merupakan salah satu ujung tombak yang dapat di andalkan oleh PT. Sumber Buana Motor Kawasaki dalam menerapkan komunikasi pemasaran. Sisi marketing di PT. Sumber Buana Motor Kawasaki harus dapat menjalankannya dengan baik jika ingin menjadikan PT. Sumber Buana Motor Kawasaki dapat diterima dan tetap eksis di pasar otomotif nasional.

Komunikasi pemasaran adalah sarana yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam upaya menyebarluaskan atau memberi informasi, membujuk, dan mengingatkan konsumen baik secara langsung atau tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual.(Kotler and Keller, 2009). Dalam penerapan komunikasi pemasaran sendiri PT. Sumber Buana Motor Kawasaki tidak jarang menghadapi persoalan dan kendala – kendala yang ada. Seperti halnya dalam melakukan komunikasi kita terlalu berlebihan sehingga penerima kurang mengerti apa yang kita sampaikan.

Selain itu terkadang perusahaan tidak mampu memberikan solusi terbaik atas permasalahan yang ada. Serta dari segi penerima kurang dapat memahami apa yang jadi topik pembicaraan.

Dalam upaya menguasai pangsa pasar sudah banyak para pelaku usaha memanfaatkan komunikasi pemasaran sebagai salah satu cara karena melihat begitu besar peran dari komunikasi pemasaran. Selain itu komunikasi pemasaran juga memiliki peran penting dalam memajukan perusahaan. Dengan kondisi sekarang maka saya tertarik untuk melakukan kegiatan magang dengan mengambil judul **PENERAPAN KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PT. SUMBER BUANA MOTOR KAWASAKI YOGYAKARTA**

1.2 Tujuan Magang

a. Untuk mempelajari cara atau strategi dari PT. Sumber Buana Motor Kawasaki dalam penerapan komunikasi pemasaran.
b. Untuk mempelajari kendala dan cara pengendalian PT. Sumber Buana Motor Kawasaki dalam hal komunikasi pemasaran.

1.3 Target Magang

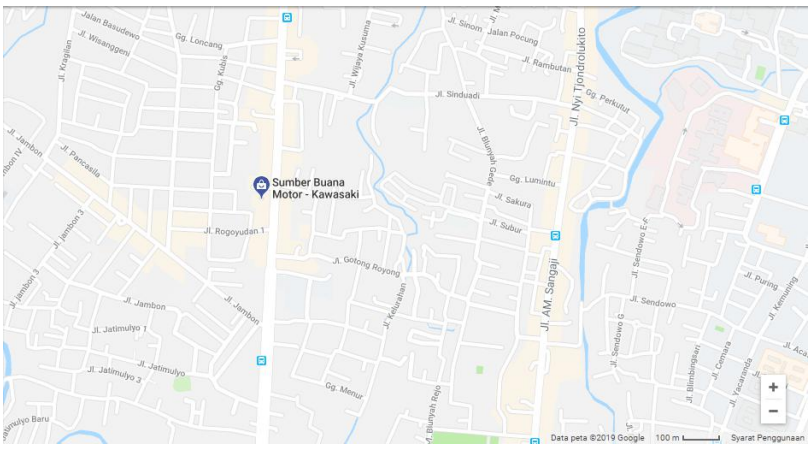
a. Mampu memahami dan menjelaskan cara atau strategi dari PT. Sumber Buana Motor Kawasaki dalam penerapan komunikasi pemasaran.
b. Mampu memahami dan menjelaskan kendala dan cara pengendalian PT. Sumber Buana Motor Kawasaki dalam penerapan komunikasi pemasaran.

1.4 Bidang Magang

Magang akan dilaksanakan pada bidang pemasaran, terkhusus bagian komunikasi pemasaran.

1.5 Lokasi Magang

Nama Perusahaan:	**PT. SUMBER BUANA MOTOR KAWASAKI YOGYAKARTA**
Alamat Perusahaan:	Jl. Magelang No. 135-B Rogoyudan, Sinduadi Mlati, Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta – 55284
Nomor Telepon	(0274) 624618
Website:	https://kawasaki-motor.co.id/



Sumber: google *maps*

Gambar 1.1 Peta Lokasi Magang

1.6 Jadwal Magang

Magang dilaksanakan mulai 28 Maret 2019 selama 5 minggu dan dijadwalkan 6 hari dalam seminggu. Pada pelaksanaanya, penulis akan

mengikuti prosedur yang ditetapkan oleh PT. Sumber Buana Motor Kawasaki.

Hari Kerja : Senin – Sabtu

Jam Kerja : Senin – Jum'at 08.30 – 16.30

Sabtu 08.30 – 14.30

Tabel 1.1 Jadwal Perincian Magang

No.	Keterangan	Waktu Pelaksanaan																									
		Maret				April					Mei					Juni						Juli						
1.	Penulisan TOR																										
2.	Bimbingan dengan dosen pembimbing																										
3.	Pelaksanaan kegiatan magang																										
4.	Penyusunan laporan magang																										
5.	Ujian Tugas Akhir																										
6.	Ujian Kompetensi																										

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Laporan Tugas Akhir ini secara garis besar terdiri dari 4 bagian yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan pendahuluan yang menjelaskan tentang dasar pemikiran magang, tujuan magang, target magang, bidang magang, lokasi magang sebagaimana yang telah dituliskan dalam ToR magang, serta sistematika penulisan laporan tugas akhir.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan tentang dasar-dasar teori yang digunakakn sebagai dasar berpijak yang kokoh bagi pemecahan masalah yang akan dibahas. Pada bagian ini diuraikan berbagai teori yang akan dipergunakan untuk memecahkan masalah. Landasan teori menekankan secara teoritis bagaimana hubungan antar berbagai variabel yang terlibat dalam permasalahan yang diangkat dalam suatu kegiatan magang.

BAB III ANALISIS DESKRIPTIF

Bab ini berisikan data umum dan data khusus. Data umum menjelaskan gambaran umum tempat magang. Data khusus mendeskripsikan data hasil temuan di lapoangan yang sesuai dengan topik yang diangkat. Analisis deskriptif merupakan bagian yang penting sebagai bahan untuk menyusun kesimpulan, rekomendasi kebijakan bagi perusahaan, dan saran untuk kegiatan magang berikutnya.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan dijabarkan kesimpulan dari hasil analisis dari bab sebelumnya. Kesimpulan disusun berdasarkakn rumusan permasalahan yang disusun. Dan pada bab ini akan diberikan rekomendasi kebijakan terhadap permasalahan perusahaan yang dihadapi dengan berdasarkan landasan teori.