



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

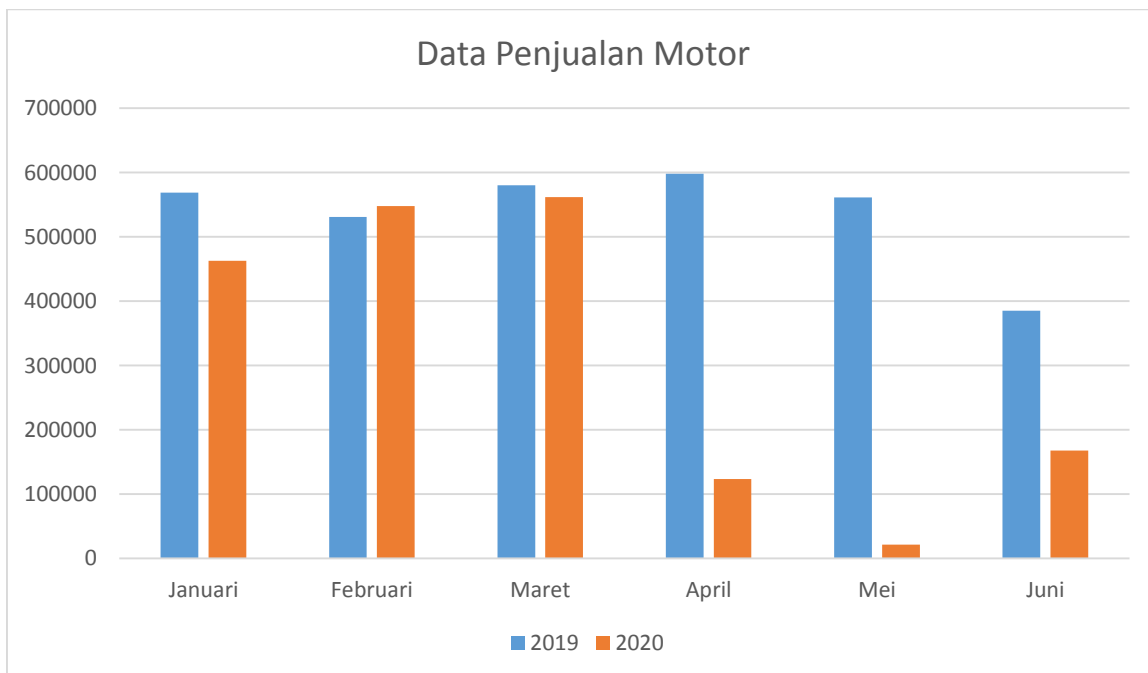
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kendaraan bermotor merupakan hal yang sangat penting bagi masyarakat Indonesia, karena kendaraan bermotor merupakan alat transportasi yang menjadi salah satu faktor yang sangat vital bagi perekonomian Indonesia. Berdasarkan pernyataan Direktur Industri Maritim, Alat Transportasi dan Pertahanan (IMATAP) Kemenperin Putu Juli Ardika dalam otomotif.kompas.com, industri otomotif memiliki kontribusi yang signifikan terhadap PDB nonmigas sebesar 3,98% pada tahun 2019. Berdasarkan data statistic yang dibuat oleh AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia), penjualan kendaraan bermotor roda dua pada semester I 2020 mengalami penurunan sebesar 41,5% dibanding periode yang sama tahun 2019, berikut adalah data tersebut :



Gambar 1.1 Grafik Penjualan Motor

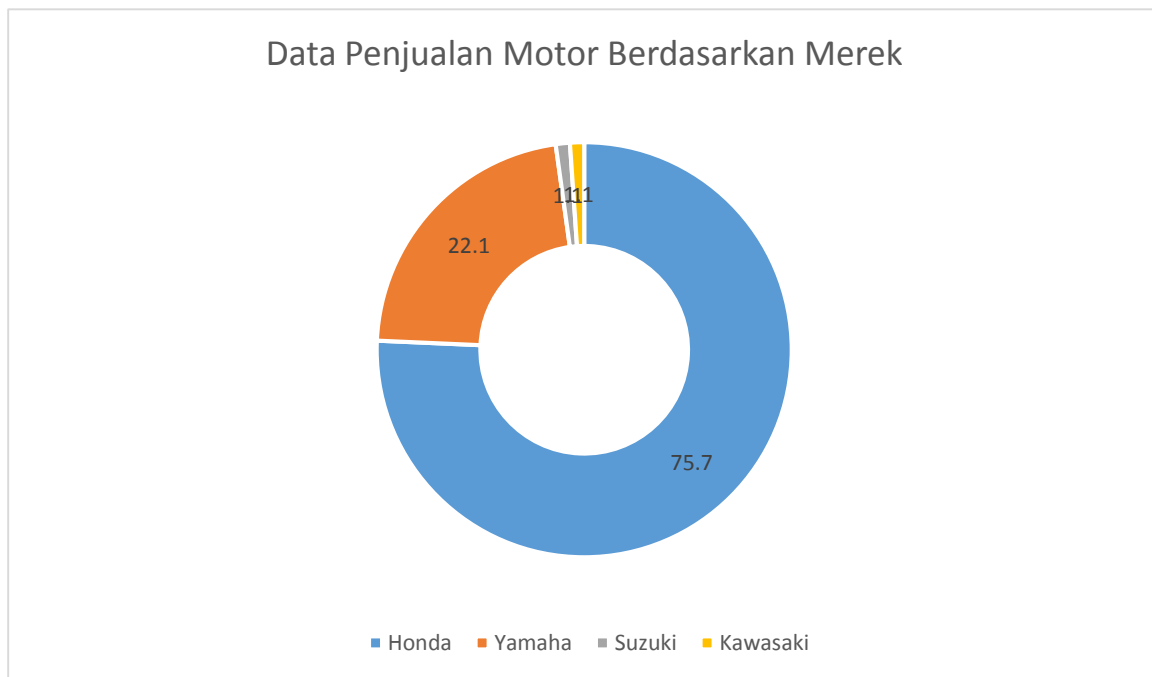
Figure 1 Grafik Penjualan Motor

Sumber : AISI (2020)

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa penjualan sepeda motor pada semester 1 2020 mengalami penurunan sebesar 41,5% dibanding dengan semester 1 2019. Penurunan yang signifikan terjadi pada Q2 2020, dimana pada April 2019 terjadi penjualan sebesar 598,372 unit, sedangkan pada April 2020 terjadi penjualan 123,782 unit. Dan pada bulan Mei 2019 terjadi penjualan sebesar 561,657 unit, sedangkan pada Mei 2020 sebesar 21,851 unit. Pada bulan Juni 2019 terjadi penjualan sebesar 385,136 unit. Dan bulan Juni 2020 sebesar 167,992 unit (AIS, 2020).

Berdasarkan data penurunan penjualan sepeda motor diatas, maka dibutuhkan strategi marketing yang sesuai agar dapat meningkatkan kembali penjualan sepeda motor.

Adapun data penjualan sepeda motor berdasarkan merek dagang yang didapat penulis dari website kumpan.com adalah sebagai berikut :



Gambar 1.2 Data Penjualan Motor Berdasarkan Merek

Figure 2 Data Penjualan Motor Berdasarkan Merek

Sumber : Kumparan.com

Total penjualan sepeda motor di Indonesia pada tahun 2019 adalah sebesar 6,487,430 unit. Berdasarkan data diatas, Honda menguasai 75,7% pasar motor di Indonesia atau 4,910,688 unit, lalu Yamaha menguasai 22,1% atau 1,434,217 unit, dan Suzuki sebesar 1,1% atau 71,861 unit dan Kawasaki sebesar 1,1% atau 69,766 unit (Kumparan, 2020).

PT. Astra International Tbk. – Honda (Astra Motor) merupakan salah satu distributor resmi sepeda motor merek Honda di Indonesia, dan sebagai penjual sepeda motor merek Honda di Indonesia, dengan total penjualan sepeda motor pada tahun 2019 sebesar 4.910.688 unit.

Ketika melakukan praktik kerja magang di PT. Astra International Tbk. – Honda (Astra Motor BSD) pada periode Januari 2020 – Maret 2020, penulis ditempatkan di bagian Marketing dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan sepeda motor merek Honda

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.2.1 Maksud Kerja Magang

Maksud dari dilakukannya praktik kerja magang yang dilakukan penulis ini adalah untuk menerapkan teori dan ilmu yang didapat ketika sedang mengemban studi di Universitas Multimedia Nusantara dan menerapkannya di dunia kerja secara langsung

1.2.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan yang dilakukan penulis dalam melakukan praktik kerja magang di PT. Astra International Tbk- Honda (Astra Motor) adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui hal-hal apa saja yang dilakukan divisi Marketing dalam melakukan promosi untuk meningkatkan penjualan.
2. Untuk menambah pengalaman penulis dalam dunia kerja

3. Menyelesaikan kewajiban penulis sebagai Mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

4. Untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dan menyelesaikan program Strata Satu (S1).

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Praktik kerja magang yang dilakukan penulis sesuai dengan ketentuan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara, yaitu 60 hari kerja, berikut adalah detail rincian kerja magang yang dijalani :

Nama Perusahaan : PT. Astra International Tbk- Honda (Astra Motor)

Alamat Perusahaan : Gedung F – Astra Motor, Astra Biz Center BSD. Kav Komersial Park .
Jl. BSD Raya Utama, No. 11, Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten, 15334

Waktu Pelaksanaan : Januari 2020 – April 2020 (60 Hari Kerja)

Waktu Kerja : Senin – Jumat (09:00 – 16:00) & Sabtu (09:00 – 12:00)

Posisi Magang : Marketing Staff

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur yang dilakukan penulis dalam melaksanakan praktik kerja magang :

- I. Mengirimkan *Curriculum Vitae* kepada pihak Astra Motor BSD
- II. Mengajukan form perhomohan kerja magang dari Program Studi Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara (KM-01)
- III. Melakukan wawancara dengan bapak Pasca Eka pada tanggal 3 Desember 2019.
- IV. Bertemu dengan bapak Andy Susanto selaku Branch Manager Astra Motor BSD pada tanggal 6 Januari 2020.
- V. Memberikan form permohonan kerja magang yang telah dibuat oleh Program Studi Fakultas Bisnis kepada pihak perusahaan.

- VI. Mendapatkan surat balasan dari perusahaan
- VII. Melakukan praktik kerja magang sesuai dengan ketentuan (60 hari kerja).

1.4 Sistematika Penulisan

Metode dan sistematika yang ditulis pada laporan praktik kerja magang ini sudah sesuai dengan format Buku Panduan Kerja Magang Prodi Manajemen.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab 1 ini, penulis menjelaskan tentang hal-hal yang menjadi latar belakang topik yang ingin diteliti, maksud dan tujuan kerja magang, serta prosedur pelaksanaan kerja magang

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab 2 ini, penulis membahas tentang gambaran umum PT. Astra International Tbk- Honda (Astra Motor), dimulai dari sejarah perusahaan, visi misi, struktur organisasi serta dilengkapi dengan landasan teori yang berkaitan dengan topik laporan.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Pada bab 3 ini, penulis menjabarkan secara detail, tugas dan kewajiban apa saja yang dilakukan oleh penulis, serta kendala yang dihadapi dan solusi yang diberikan pada saat melakukan praktik kerja magang di PT. Astra Internaitonal Tbk- Honda (Astra Motor).

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab 4 ini, Penulis memberikan beberapa kesimpulan yang didapat ketika melakukan praktik kerja magang, pada bab ini juga penulis memberikan saran yang membangun untuk perusahaan kedepannya.