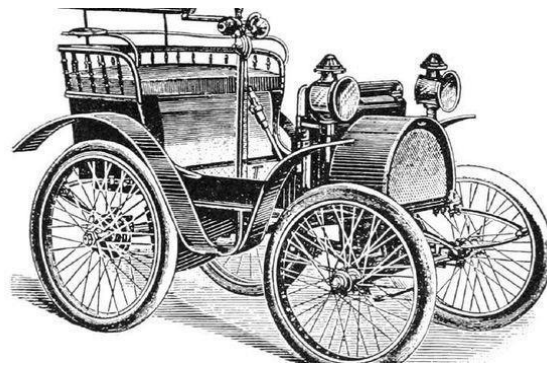


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman sejak revolusi industri banyak penemuan alat dan mesin oleh manusia. penemuan alat dan mesin terus dikembangkan seiring dengan pertumbuhan dan perkembangan kebutuhan manusia. kebutuhan manusia salah satunya adalah transportasi. Seiring perkembangan zaman yang tadinya transportasi menggunakan tenaga hewan dan manusia dan berevolusi menjadi tenaga mesin. Salah satu alat transportasi yang populer yaitu mobil.



Gambar 1.1 Mobil pertama di dunia

Ditemukan di awal abad 18 hingga saat ini terus berkembang dengan seiring berkembangnya teknologi. Mobil semakin canggih dan semakin bervariasi sehingga industrinya maju karena permintaan dan kebutuhannya meningkat dari tahun ke tahun. perkembangan industri mobil semakin pesat semenjak meredanya perang dunia kedua. salah satu perusahaan yang berkembang pesat semenjak pertengahan abad ke-19 adalah Toyota. seiring berjalanya waktu banyak brand mobil yang datang ke indonesia bukan tanpa alasan mereka berlomba-lomba hadir di pasar indonesia. karena pasar di indonesia sangat besar beriringan dengan perkembangan ekonomi di indonesia menjadikan indonesia sebagai pasar mobil terbesar di asia tenggara dan salah satu yang terbesar di asia. misalnya saja 3 tahun terakhir semenjak tahun 2020 dimana pada saat itu terjadi pandemi covid-19 saja penjualan mobil di indonesia

masih sekitar 500 ribu unit, sedangkan saat itu ekonomi indonesia bahkan dunia sedang turun secara drastis. Akan tetapi penjualan mobil di indonesia masih relatif besar dibanding negara-negara tetangga. Selain itu pandemi covid-19 juga memaksa revolusi teknologi yang begitu cepat. tuntutan digitalisasi sangat kuat dikarenakan sulitnya pertemuan secara langsung. sehingga perusahaan dituntut untuk beradaptasi sekaligus berinovasi guna menghadapi digitalisasi yang begitu cepatnya.

Setelah pandemi mereda, digitalisasi tetaplah berlanjut karena sudah tak terhindarkan lagi. oleh karena itu perusahaan harus melakukan penerapan teknologi digital, salah satunya di bidang pemasaran yaitu digital marketing. akan tetapi ada beberapa hal yang belum bisa diterapkan digital. Dan ada beberapa yang perlu dibantu dengan aktivitas offline. dengan begitu akan sangat baik jika perusahaan dapat menerapkan Marketing Mix atau pemasaran campuran. Karena dengan penerapan Marketing mix dapat lebih efektif dan lebih efisien untuk mempromosikan produk. Marketing mix menurut Philip Kotler dan Armstrong (2016:47), Adalah bauran teknik marketing yang 4 hal yang bisa dikendalikan perusahaan diantaranya Produk(product),Harga(Price),tempat(place),dan Promosi (Promotion).Jika penerapan Marketing Mix terjalin dengan baik maka secara otomatis perusahaan dapat mengembangkan dan meningkatkan penjualan mereka.

Data Penjualan Mobil Tahun 2020

Periode	Toyota	Daihatsu	Honda	Mitsubishi	Suzuki	Others	Total
Jan-2020	24,928	14,582	12,603	8,460	10,120	10,366	81,059
Feb-2020	23,884	13,658	11,918	8,163	8,144	12,099	77,866
Mar-2020	17,787	10,946	10,657	5,450	7,161	8,440	60,441
Apr-2020	8,443	5,160	1,855	2,703	2,700	3,409	24,270
May-2020	6,727	3,673	1,291	313	2,205	2,874	17,083
Jun-2020	11,196	5,558	2,488	1,689	4,206	4,721	29,858
Jul-2020	11,531	5,890	4,036	3,114	5,432	5,796	35,799
Aug-2020	11,057	6,300	4,865	3,525	5,259	6,649	37,655
Sep-2020	12,523	7,721	5,835	4,322	5,710	7,251	43,362
Oct-2020	13,466	8,135	6,561	4,901	5,715	7,353	46,131
Nov-2020	17,908	9,200	7,455	5,359	7,232	8,951	56,105
Dec-2020	23,215	9,203	9,887	6,769	8,505	11,119	68,698
Total	182,665	100,026	79,451	54,768	72,389	89,028	578,327

Gambar 1.2 penjualan mobil tahun 2020

Data Penjualan Mobil Tahun 2021

Periode	Toyota	Daihatsu	Honda	Mitsubishi	Suzuki	Others	Total
Jan-2021	15,292	9,528	7,068	6,694	6,192	9,223	53,997
Feb-2021	12,537	8,414	6,018	5,842	5,132	9,000	46,943
Mar-2021	26,445	12,368	10,048	8,848	8,179	11,623	77,511
Apr-2021	25,902	13,673	10,189	10,177	7,575	11,983	79,499
May-2021	21,117	10,735	8,538	7,516	6,578	9,691	64,175
Jun-2021	20,007	12,482	7,359	8,704	7,244	9,960	65,756
Jul-2021	21,933	10,170	8,234	9,122	6,508	8,061	64,028
Aug-2021	28,169	12,199	7,341	8,521	9,013	10,579	75,822
Sep-2021	26,454	14,187	3,362	8,930	7,355	12,360	72,648
Oct-2021	28,367	14,301	6,104	8,652	6,819	12,745	76,988
Nov-2021	30,651	14,861	7,005	8,784	8,714	14,513	84,528
Dec-2021	33,625	18,157	10,127	12,617	10,287	16,651	101,464
Total	290,499	151,075	91,393	104,407	89,596	136,389	863,359

Gambar 1.3 Penjualan mobil di tahun 2021

Data Penjualan Mobil Tahun 2022

Periode	Toyota	Daihatsu	Honda	Mitsubishi	Suzuki	Others	Total
Jan-2022	22,906	17,506	7,727	10,676	7,465	12,288	78,568
Feb-2022	21,187	13,122	8,478	9,974	6,000	11,228	69,989
Mar-2022	30,935	16,318	9,554	10,592	7,765	14,647	89,811
Apr-2022	26,172	15,401	10,289	10,003	6,500	13,250	81,615
May-2022	17,617	11,364	7,758	6,707	6,316	11,413	61,558
Jun-2022	27,835	17,054	10,104	7,735	7,006	14,289	83,573
Jul-2022	26,502	16,268	10,523	6,030	6,771	14,424	80,518
Aug-2022	29,996	16,551	10,983	7,669	7,816	18,149	91,164
Sep-2022	31,190	17,310	12,977	7,011	7,902	19,052	95,442
Oct-2022	30,217	16,433	11,590	6,109	7,605	17,697	89,651
Nov-2022	27,031	15,122	12,137	7,361	8,226	17,887	87,764
Dec-2022	38,360	16,211	13,291	8,069	9,695	18,305	103,931
Total	329,498	188,660	125,411	97,936	89,067	183,012	1,013,584

Gambar 1.4 Penjualan mobil di tahun 2022

Dapat dilihat dari data yang terlampir dalam hal penjualan pasca pandemi mereda terjadi peningkatan yang cukup konsisten dari 3 tahun terakhir. salah satu perusahaan yang memiliki peningkatan yang konsisten dan cukup drastis adalah Toyota. Bukan hal yang instan namun mereka memberikan yang terbaik dan sangat

memperhatikan dan menerapkan Marketing Mix. Mereka Improve besar-besaran produk mereka yang masuk ke Indonesia dengan menghadirkan banyak produk baru dengan penyemat teknologi terbaru serta menawarkan efisiensi yang baik dengan memasukan beberapa line up kendaraan Hybrid terbaru mereka.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Berisi maksud dan tujuan kerja magang dilakukan di suatu perusahaan Setiajaya Mobilindo Toyota Sebagai berikut

1.2.1 Maksud Kerja Magang

Maksud penulis dalam melakukan kerja magang di PT. Setiajaya Mobilindo Toyota adalah pemenuhan kewajiban akademis dalam mata kuliah professional business ethics, industrial Experience, Model Validation, dan Reporting yang memiliki nilai setara 20 sks sebagai syarat kelulusan studi S1, program Studi Manajemen, Universitas Multimedia Nusantara. praktek kerja magang ini juga bertujuan untuk memberikan pengalaman, wawasan, dan ilmu yang dimana merupakan implementasi dari yang dipelajari semasa perkuliahan di kelas.

1.2.2 Tujuan Kerja Magang

Adapun tujuan dari praktek kerja magang ini dilakukan oleh penulis pada PT. Setiajaya Mobilindo (Toyota Pamulang) adalah sebagai berikut:

1. sebagai syarat kelulusan S1 Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
2. Implementasi Ilmu dan pengetahuan yang didapat selama menjalani proses perkuliahan di dunia kerja
3. Menambah wawasan mengenai aktivitas kerja Marketing Otomotif Toyota yang dilakukan oleh penulis

4. menambah pengalaman, dan belajar mengambil keputusan dan kerjasama tim dan bisa memposisikan diri dalam bekerja.
5. mengembangkan diri dengan membuat event dan implementasi langsung teknik pemasaran,sesuai dengan kebutuhan

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

untuk waktu dan prosedur pelaksanaan praktek kerja magang yang dilakukan oleh penulis akan dijelaskan sebagai berikut.

1.3.1 Waktu Kerja magang

Waktu pelaksanaan praktek kerja magang yang dilakukan oleh penulis selama 640 jam kerja, dan dimulai pada tanggal 4 september 2023 sampai dengan 8 desember 2023 di PT Setiajaya Mobilindo (Toyota Pamulang) secara Work From Office. Kegiatan Praktek kerja magang dilakukan pada hari Senin-Sabtu dan hari minggu dilakukan secara situasional. jam kerja dimulai pukul 08.00 - 17.00 dan kegiatan kerja tidak selamanya di kantor karena activity diluar.

Nama perusahaan : PT Setiajaya Mobilindo

Bidang usaha : Authorized Dealer,perawatan ,dan suku cadang TOYOTA

Alamat : Jl Siliwangi No.2,Pamulang Tangerang Selatan

No Telepon : 021 8063 9888

Periode Magang : 4 September 2023 - 8 Desember 2023

Posisi ; Administrasi dan Marketing

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kegiatan Praktek kerja magang yang dilakukan dimulai dari pembuatan surat lamaran kerja pada tanggal 19 Agustus 2023. lalu mendatangi kantor PT Setiajaya Mobilindo cabang pamulang dan langsung melakukan Walk in Interview oleh Supervisor divisi marketing yaitu Bapak Fassa Septarico. beberapa

hari setelah dilakukan Interview mendapatkan kabar jika sudah bisa melaksanakan kegiatan praktek kerja magang dan di tempatkan sementara di Administrasi Marketing. Lalu praktek kerja magang dimulai pada tanggal 4 September 2023 sebagai Administrasi marketing, setelah 1 bulan berjalan di bulan oktober dipindahkan ke bagian sales marketing guna kelinieran praktek kerja magang dengan program studi penulis yaitu manajemen peminatan marketing. Dan penulis ditempatkan di divisi sales sampai dengan masa praktek kerja magang selesai.