



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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

Dalam kehidupan sehari-hari transportasi merupakan alat yang sangat penting terutama bagi masyarakat modern karena transportasi berguna untuk membantu manusia dalam melakukan aktivitasnya baik social maupun ekonomi. Selain itu sistem transportasi yang baik dapat mempengaruhi keberhasilan perekonomian suatu negara. Beberapa manfaat transportasi secara ekonomi meliputi perpindahan orang, pemindahan barang, menjaga stabilitas harga barang, meningkatkan nilai ekonomi suatu kawasan, dan perkembangan wilayah. (Fajrianti, 2013).Transportasi sendiri dapat diartikan sebagai pemindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lain menggunakan wahana yang digerakan oleh manusia ataupun mesin, transportasi di Indonesia dikelompokan berdasarkan lokasi yaitu darat, laut, dan udara (Rohasihan A, nd). Transportasi darat di Indonesia termasuk yang mengalami pertumbuhan yang sangat cepat, transportasi darat meliputi kendaraan bermotor (setiap kendaraan yang digerakan oleh peralatan teknik yang ada pada kendaraan tersebut, digunakan untuk angkut orang atau baranf di jalan raya selain rel), mobil penumpang (setiap kendaraan bermotor yang dilengkapi dengan tempat duduk paling banyak untuk 8 orang tidak termasuk pengemudi baik dilengkapi atau tidak bagasi), mobil bus (kendaraan bermotor yang dilengkapi tempat duduk untuk kapasitas lebih dari 8 orang), mobil

truk (kendaraan bermotor yang digunakan untuk angkutan barang selain mobil penumpang, mobil bus, kendaraan roda dua). (Jakarta.bps.go.id)

Mobil truk merupakan salah satu jenis transportasi darat yang digunakan untuk mengangkut barang dari satu tempat ke tempat lain biasanya kendaraan ini sangat dibutuhkan oleh pelaku bisnis., jenis truk sangat beragam tergantung dari kebutuhan muatan yang akan dibawa. Setiap tahunnya jumlah truk juga mengalami peningkatan, di Indonesia terdapat kurang lebih 14 brand truk yang berasal dari berbagai macam negara, salah satunya adalah UD Trucks.

PT Astra International Tbk adalah perusahaan multinational yang bergerak dibidang perdagangan umum, perindustrian, jasa pertambangan, pengangkutan, pertanian, pembangunan dan jasa konsultasi ini juga bergerak dibidang otomotif truk dengan nama UD Trucks. Dibawah PT Astra International Tbk- UD Trucks Sales Operation, truk UD Trucks berhasil masuk kedalam 5 truk terbaik di Indonesia Juli 2016 (www.otomaniac.com) . Penjualan truk UD Trucks ini juga berhasil menguasai 15% pasar medium dan heavy truk dengan penjualan mencapai 21.000 unit dan 50% pasar truk penarik traktor. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang beragam PT Astra International Tbk – UD Trucks Sales Operation menjual berbagai jenis truk yang dapat disesuaikan berdasarkan kebutuhan pelanggan dan juga keadaan geografis Indonesia. Saat ini PT Astra International Tbk- UD Trucks memiliki lebih dari 10 cabang dan dealer yang tersebar di Indonesia untuk menggapai pelanggan dan juga membantu memberikan pelayanan kepada pelanggan pengguna UD Trucks.

Persaingan di dunia truk membuat PT Astra International Tbk- UD Trucks Sales Operation membuat strategi dalam pemasaran produknya. Berbagai macam keunggulan dan fitur menarik di komunikasikan dalam *event marketing* yang dikemas secara menarik serta didukung dengan *material promosi* untuk semakin meningkatkan *brand awareness* lagi terhadap *brand* UD Trucks.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Dengan adanya kerja magang ini penulis diharapkan mampu lebih memahami peran *marketing* dalam dunia kerja, serta mampu menerapkan dan mengembangkan ilmu yang telah diperoleh dari bangku kuliah terutama dibidang *marketing* yang menjadi peminatan dari penulis. Kerja magang ini juga memiliki tujuan untuk mengasah *hardskill* dan *soft skill* penulis. *Hardskill* diperoleh dari kemampuan penulis menyelesaikan setiap pekerjaan yang diberikan, sedangkan *softskill* diperoleh penulis dari kemampuan bersosialisasi dengan rekan kerja, vendor dan atasan, serta melatih tanggung jawab dan profesionalitas terhadap tugas yang diberikan. Selama menjalani kerja magang, penulis juga belajar banyak tentang dunia kerja yang sesungguhnya terutama dalam kegiatan yang berkaitan dengan *marketing* seperti terlibat dalam *event marketing* serta mengurus keperluan yang berkaitan dengan *material promosi* mulai dari pengadaan barang sampai proses distribusi ke semua cabang.

Dalam kerja magang ini penulis ingin mengetahui penerapan *event marketing* dalam PT Astra International Tbk – UD Trucks Sales Operation secara nyata:

1. Memahami peran serta menganalisa kelebihan dan kekurangan *marketing communication* pada department *marketing*

2. Memahami peran *event marketing* dalam memperkenalkan produk ke *customer*
3. Memberi masukan atas kelemahan dan kelebihan pelaksanaan event marketing pada PT Astra International Tbk – UD Trucks Sales Operation

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan kerja magang dilaksanakan mulai tanggal 1 April 2016 hingga 1 Juli 2016 dengan durasi waktu kerja dari 07:30 WIB hingga 16:30 WIB. Namun saat bulan Ramadhan yang jatuh pada tanggal 6 Juni hingga 1 Juli, waktu kerja berubah menjadi pukul 07:30 WIB hingga 16:00 WIB untuk hari Senin hingga Kamis sedangkan hari Jumat kegiatan kerja magang dimulai dari 07:00 WIB hingga 16:00, perubahan terjadi disebabkan adanya pengurangan jam istirahat. Penulis bekerja setiap hari (Senin- Jumat) dengan total jam kerja 540 jam. Lokasi tempat penulis menjalankan kerja magang berada di Head Office PT Astra International Tbk – UD Trucks Sales Operation tepatnya di jalan Danau Sunter Selatan Blok O/5 Sunter II, Jakarta Utara 14350 – Indonesia. Penulis juga melaksanakan kerja magang di luar kantor untuk mengikuti *event marketing*. Penulis ditempatkan pada divisi *marketing communication* yang menjalankan strategi-strategi untuk memperkenalkan produk dan menjalin hubungan dengan *supplier* dengan *vendor* yang membantu dalam pembuatan *material promosi*.

Prosedur pelaksanaan kerja magang ini adalah sebagai berikut:

1. Mengikuti seminar pembekalan magang yang wajib diikuti oleh mahasiswa/I Universitas Multimedia Nusantara (UMN) yang akan mengambil mata kuliah praktek kerja magang.
2. Menyiapkan *curriculum vitae* (CV) untuk melamar kerja.
3. Pengisian formulir pengajuan magang.
4. Pemberian surat pengantar kerja magang dan CV kepada PT Astra International Tbk – UD Trucks Sales Operation.
5. Mengisi data pribadi yang dikirimkan oleh HRD PT Astra International Tbk – UD Trucks Sales Operation untuk dibawa saat interview.
6. Melakukan interview di PT Astra International Tbk – UD Trucks Sales Operation dengan Dept Head Marketing.
7. Mengajukan permohonan *form* KM-01 sebagai syarat pembuatan surat pengantar kerja magang.
8. Pemberian surat balasan KM-01 mengenai persetujuan kerja magang dari perusahaan PT Astra International Tbk-UD Trucks Sales Operation kepada Universitas Multimedia Nusantara.
9. Pelaksaam kerja magang dari tanggal 1 April 2016 hingga 1 Juli 2016.
10. Penyusunan laporan kerja magang.
11. Pengumpulan berkas dan laporan magang
12. Sidang kerja magang.

1.4 **Sistematika Penulisan**

Penulisan laporan kerja magang ini mengikuti prosedur sistematika penulisan yang telah ditetapkan dalam buku panduan magang Prodi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara 2016. Sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjabarkan hal-hal yang terjadi didunia kerja yang merupakan latar belakang pelaksanaan kerja magang, maksud dan tujuan pelaksanaan kerja magang, waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang serta sistematika penulisan laporan kerja magang.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini menjabarkan tentang gambaran umum perusahaan mulai dari sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan posisi penulis dalam struktur organisasi perusahaan serta landasan teori yang berhubungan dengan praktek kerja magang.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Dalam bab ini dijabarkan tentang pelaksanaan kerja magang yang berisikan kedudukan dan koordinasi penulis dalam struktur organisasi perusahaan, tugas-tugas yang dikerjakan penulis selama pelaksanaan kerja magang, proses pelaksanaan kerja magang, kendala yang ditemukan oleh penulis selama melaksanakan praktek kerja magang serta solusi atas kendala yang ditemukan penulis.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memaparkan sejumlah kesimpulan tentang hubungan antara teori atau ilmu yang didapatkan penulis selama kegiatan perkuliahan dengan kenyataan dalam pelaksanaan kerja magang. Bab ini juga akan menjabarkan tentang saran baik untuk perusahaan maupun pelaksanaan praktek kerja magang selanjutnya.

