

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan penjualan mobil di Indonesia meningkat tajam khususnya penjualan mobil bekas. Perkembangan penjualan ini dapat meningkatkan perekonomian Indonesia khususnya dalam memperlancar transportasi. Aspek yang paling penting dalam pembangunan bidang ekonomi berkaitan erat dengan sector perhubungan. Dengan berkembangnya sector perhubungan ini menyebabkan hubungan antar daerah dengan daerah yang lainnya lebih dekat serta arus barang ke daerah lain menjadi lebih lancar sehingga produk atau barang dapat menyebar luas secara merata (*CV.Niaga Utama Motor, 2008*).

Salah satu sarana perhubungan yang digunakan dalam berbagai kegiatan, baik untuk urusan perdagangan dan kepentingan pribadi adalah kendaraan roda empat atau yang lazim disebut dengan mobil. Disamping itu mobil juga merupakan simbol status sosial serta kebanggaan bagi segolongan anggota masyarakat karena tergolong barang mewah. Pada masa sekarang ini, khususnya pada sektor industri otomotif terjadi perkembangan yang pesat, sehingga menyebabkan setiap pemasar kendaraan berusaha menjual kendaraan sebanyak mungkin dan berlomba dengan pesaing yang juga semakin meningkat (*CV. Niaga Utama Motor, 2008*).

Perkembangan penjualan mobil bekas banyak dilakukan oleh perusahaan, baik perusahaan perorangan maupun perusahaan badan hukum yang relative besar. Bisnis

ini dapat membantu masyarakat menyerap tenaga kerja, dan mengurangi pengangguran di sekitar daerah yang bersangkutan.

Di Sumatera Barat, khususnya Kota Padang terdapat beberapa showroom mobil bekas yang menjual berbagai jenis dan merk, salah satunya adalah CV. Niaga Utama Motor. Merek yang ditawarkan showroom Niaga Utama Motor bervariasi meliputi Toyota, Mitsubishi, Daihatsu, Suzuki, Hyundai dan berbagai macam mobil Truck. *(CV. Niaga Utama Motor, 2008)*

Persaingan yang semakin kuat di Kota Padang, showroom Niaga Utama Motor Padang mencoba mengembangkan bisnis lainnya seperti cat mobil truck, sekarang bisnis ini diperluas oleh Niaga Utama Motor dalam jumlah beberapa unit Truck.

Dalam persaingan sesama showroom, terdapat perbedaan posisi perusahaan dalam pasar di Kota Padang. Perusahaan-perusahaan yang sudah lama terjun dalam bidang penjualan mobil bekas ini antara lain Bintang Perkasa Motor, Q-EL Motor, Mutiara Motor, Singgalang Motor, Istana Mobil, dan showroom lainnya.

(CV. Niaga Utama Motor Padang, 2008)

Namun demikian Niaga Utama Motor ini mengalami perkembangan yang cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari penjualan perusahaan yang selalu mengalami peningkatan. *(CV. Niaga Utama Motor, 2008)*

Table 1.1
Perkembangan Penjualan Mobil pada CV.Niaga Utama Motor
Tahun 2008 – 2012
(Dalam Unit)

Tahun	Kendaraan Pribadi	Truck	Pick Up	Jumlah
2008	50	40	35	125
2009	70	47	44	181
2010	85	55	56	196
2011	90	65	62	217
2012	95	70	80	245

Sumber : CV. Niaga Utama Motor 2013.

Dari tabel 1.1 diatas dapat dilihat peningkatan penjualan pada CV.Niaga Utama Motor padang dari tahun ke tahun. Untuk itu perusahaan ini harus mencari peluang dan strategi dalam meningkatkan penjualan ini dalam bentuk laporan tugas akhir dengan judul

“Manajemen Penjualan Dan Pemasaran Mobil Bekas Pada CV. Niaga Utama Motor”.

1.2 Perumusan Masalah

Dari data diatas dapat dikemukakan perumusan masalah sebagai berikut, bagaimana manajemen penjualan dan pemasaran mobil pada CV. Niaga Utama Motor.

1.3 Tujuan Magang

Tujuan penulisan melakukan magang dan penelitian pada CV.Niaga Utama Motor padang adalah untuk mengetahui bagaimana manajemen penjualan dan pemasaran pada CV.Niaga Utama Motor Padang

1.4 Manfaat Magang

Dengan adanya program magang bagi mahasiswa akan menyelesaikan pendidikan Diploma III Ekonomi akan memberikan manfaat sebagai berikut.

a. Bagi penulis

Untuk dapat lebih memahami secara teori yang didapat di jenjang pendidikan kuliah dan praktek tentang ilmu pemasaran yang didapat dari kegiatan magang

b. Bagi peneliti lainnya

Sebagai masukan dan informasi guna penelitian selanjutnya

1.5 Sistematika Laporan Magang

Dalam penulisan laporan ini terdapat dari 5 bab sebagai berikut.

BAB I: Pendahuluan

Merupakan pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah yang akan Dibahas, tujuan dan manfaat kegiatan magang, tempat dan waktu magang dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini mengenai landasan teori yang meliputi pengertian pemasaran, konsep strategi pemasaran, marketing mix, segmentasi pasar,

BAB III : Gambaran Umum Perusahaan

Pada bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum perusahaan, sejarah ringkas berdirinya perusahaan, struktur organisasi perusahaan, ruang lingkup kegiatan perusahaan.

BAB IV : Pembahasan Masalah

Bab ini berisikan tentang kebijakan pemasaran mobil bekas pada shouroom CV. Niaga Utama Motor Padang dan hambatan serta pemecahanya

BAB V : Penutup

Bab ini merupakan penutup berisikan tentang kesimpulan dan saran