

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi, maka dunia usaha pun mengalami perkembangan yang pesat dengan munculnya berbagai perusahaan yang berusaha menciptakan produk dan jasa guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perkembangan pesat dalam dunia usaha juga memberikan gambaran tentang kesejahteraan masyarakat yang semakin meningkat, kesejahteraan yang meningkat ini akan meningkatkan pula daya beli masyarakat atau konsumen. Tetapi pada sisi lain perkembangan itu menyebabkan timbulnya persaingan yang semakin ketat pada dunia usaha dewasa ini. Perusahaan yang pada mulanya memiliki pangsa pasar yang besar, serta daerah pemasaran yang luas, kini dituntut untuk bekerja lebih efisien dan efektif serta tanggap mengantisipasi pasar yang akan mereka masuki baik pada saat ini maupun pada saat yang akan datang.

Dari sisi pasar, dengan banyaknya produk rokok telah memicu kecenderungan semakin meningkatnya persaingan di mata produsen. Dengan kecenderungan ini, para produsen harus semakin fokus kepada konsumen dan harus mampu meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, salah satu persoalan yang cukup penting dalam suatu perusahaan adalah aspek pemasaran, yaitu bagaimana supaya produk dapat terjual dan memberikan kepuasan kepada konsumen. Setiap perusahaan akan menganut sistem pemasaran yang berbeda-beda tergantung dari kebutuhan dan besar kecilnya perusahaan tersebut. Secara teoritik kebijaksanaan yang ditempuh oleh setiap perusahaan untuk memasarkan hasil produksinya adalah kombinasi dari empat kegiatan pemasaran yang dikenal dengan bauran pemasaran atau marketing mix. Variabel-variabel marketing mix terdiri atas bagaimana menciptakan produk, penetapan harga, pelaksanaan promosi dan pemilihan saluran distribusi.

Promosi merupakan salah satu unsur dari bauran pemasaran (marketing mix), disamping penetapan harga jual, produk, dan distribusi. Promosi sangat berpengaruh terhadap usaha perusahaan untuk mencapai volume penjualan yang maksimal, karena meskipun produk yang ditawarkan sudah baik, relatif murah serta mudah untuk diperoleh, jika tidak disertai promosi yang baik, maka tingkat penjualan tidak akan memadai.

Suatu usaha jika ingin mencapai tingkat penjualan yang maksimal, perusahaan dapat memakai beberapa macam bauran promosi yaitu : periklanan, promosi penjualan, publisitas dan penjualan perorangan. Namun dari semua hal yang diharapkan dari promosi, perlu pula dipertimbangkan apakah biaya yang dikeluarkan oleh kegiatan promosi itu dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap peningkatan penjualan dan sampai sejauh mana promosi itu dapat menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Efektivitas promosi sangat tergantung dari pemilihan bentuk promosi yang diperlukan terhadap produk yang dipasarkannya. Suatu jenis produk tertentu memerlukan bentuk promosi tertentu pula dan jenis promosi yang lain harus dipergunakan bentuk promosi yang lain pula. Dengan kata lain tidak semua bentuk promosi dapat cocok dan menjamin keberhasilan promosi tersebut apabila tidak sesuai dengan kondisi yang dimiliki oleh suatu produk. Oleh karena itu, harus dicari suatu bentuk promosi yang sesuai dengan kondisi suatu produk yang akan dipromosikan.

Demikian halnya dengan PR. Gagak Hitam yang bergerak dalam usaha dagang yang berusaha untuk mempertahankan pangsa pasarnya sehingga produk yang dipasarkannya dapat terus dipertahankan bahkan ditingkatkan, hal ini sangat penting mengingat salah satu sumber pendapatan PR. Gagak Hitam adalah dari penjualan berbagai produknya yaitu Rokok Gagak Hitam Kretek, Rokok Gagak Hitam Gold (kretek), Rokok Hitam Filter diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan serta menjadi produk unggulan yang siap bersaing dengan produk sejenis di Indonesia. Adapun upaya yang dilakukan oleh PR. Gagak Hitam untuk meningkatkan penjualan produk "Rokok Gagak Hitam Kretek, Rokok Gagak Hitam Gold (kretek), Rokok Hitam Filter" yaitu dengan menggunakan promosi

pemasaran dengan cara memperkenalkan produknya kepada masyarakat dengan memasang iklan melalui media cetak dan media elektronika, disertai dengan pembagian merchandise untuk memberikan informasi yang akurat dan jelas serta pelayanan yang optimal/total terhadap konsumen.

Dengan promosi pemasaran tersebut diharapkan produk yang dihasilkan akan dikenal oleh masyarakat luas dan membangun merk yang kuat serta memiliki identitas yang dapat menggambarkan suatu volume yang akan menancap dalam benak konsumen, serta dapat menarik minat beli konsumen atau calon pembeli sehingga tercapai tujuan perusahaan yaitu meningkatkan volume penjualan, serta menjadikannya posisi leader di pasar. Oleh karena itu, adanya tenaga kerja yang terampil dan siap pakai sangat diperlukan karena faktor manusia mempunyai peranan yang sangat penting dan dominan. Untuk itulah Politeknik Negeri Jember mengadakan Magang kerja Industri (MKI) bagi mahasiswanya.

## **1.2 Tujuan Magang Kerja Industri (MKI)**

### **1.2.1 Tujuan Umum**

1. Menambah wawasan bagi mahasiswa tentang kegiatan-kegiatan perusahaan secara umum.
2. Mahasiswa mampu mengaplikasikan ilmu yang didapat pada saat kuliah di lapangan.
3. Mahasiswa dapat mengetahui perbedaan materi kuliah dengan kondisi di lapangan.

### **1.2.2 Tujuan Khusus**

1. Mahasiswa dapat mengetahui tentang sistem promosi untuk pemasaran produk Rokok Gagak Hitam.

## **1.3 Manfaat Magang Kerja Industri (MKI)**

1. Meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam sistem promosi Rokok Gagak Hitam.
2. Mempercepat proses penyerapan pengetahuan bagi mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja secara nyata.

3. Sebagai media pembelajaran dalam memperkuat kemampuan sosial yang dibutuhkan dalam dunia kerja.

#### **1.4 Tempat dan Waktu Pelaksanaan Magang Kerja Industri (MKI)**

Pelaksanaan kegiatan magang kerja industri bertempat di PR Gagak Hitam yang beralamat di Desa Pakuniran RT. 07/RW. 04 yang berada di Kecamatan Maesan, Kabupaten Bondowoso, Jawa Timur. Waktu pelaksanaan Magang Kerja Industri di mulai pada tanggal 03 Maret 2014 dan berakhir pada tanggal 24 Mei 2014.