

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan dunia teknologi saat ini sangat pesat seiring dengan peningkatan kebutuhan layanan yang cepat dan efisien. Pada suatu kegiatan usaha seperti pada sebuah perusahaan, sangat membutuhkan sumber daya manusia yang mampu memanfaatkan teknologi sebagai alat untuk menopang kualitas maupun produktivitas usaha tersebut. Dalam hal ini, kita menyadari sumber daya manusia merupakan modal utama dalam kegiatan tersebut. Maka dari itu kualitas tenaga kerja harus dikembangkan dengan baik. Salah satu caranya adalah memberikan kesempatan pada mahasiswa untuk lebih mengenal dunia kerja dengan mengikuti kegiatan praktek kerja lapangan.

Universitas Ma Chung adalah salah satu instansi pendidikan yang mengajarkan tentang dunia kerja dan mengharuskan mahasiswanya untuk mengikuti kegiatan praktek kerja lapangan. Hal ini dilakukan agar seorang mahasiswa dapat mengembangkan keterampilan dan memahami etika pekerjaan dengan cara terjun langsung kelapangan, serta untuk mendapatkan kesempatan dalam menerapkan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang di dapat saat mengikuti kegiatan perkuliahan. Dengan harapan para mahasiswa dapat bersaing di dunia kerja setelah lulus.

Perusahaan merupakan sebagai suatu bentuk kegiatan usaha harus dapat memberikan pelayanan dan memberikan fasilitas terbaik bagi konsumen maupun karyawannya. Suatu perusahaan harus dapat menyediakan fasilitas informasi dan komunikasi dengan cepat, tepat, dan akurat sehingga hasil usahanya maksimal.

Pertumbuhan ekonomi dan mobilitas masyarakat Surabaya yang semakin meningkat, menyebabkan konsumsi barang dan jasa terus meningkat serta membuka peluang baru di bidang agen properti, terutama bagi perusahaan *property brokerage* bersistem *franchise* dari dalam maupun luar negeri, seperti ERA, Brighton, WINSTON dan banyak lainnya. Mengingat ketatnya persaingan di bidang properti membuat setiap perusahaan *property brokerage* harus mencari cara untuk bisa tetap bertengger di pasar bisnis properti dan bisa tetap menjadi *brand leader* bagi pasarnya masing-masing. Produk atau pun jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tidak mungkin dapat mencari sendiri pembeli atau peminatnya, oleh karena itu dibutuhkan aktivitas pemasaran yang mempunyai peranan sangat penting untuk keberhasilan atau kelangsungan untuk dapat bertumbuhkembang di pasarnya. Aktivitas pemasaran yang diterapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan sekitar yang ada, dengan demikian aktivitas pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang diberikan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang yang ada.

Namun, selain produk, pelayanan terhadap konsumen juga harus dikembangkan. Salah satu hal yang memengaruhi pemasaran produk adalah kemampuan memasarkan produk secara langsung kepada konsumen. Dalam

sebuah perusahaan yang sangatlah penting dalam melakukan *direct marketing* karena untuk mendapatkan pelanggan baru dan melakukan pemesanan secara berkelanjutan. Dilakukan *direct marketing* karena perusahaan dapat secara mengerti yang pelanggan inginkan mulai dari, model (*design*), ukuran (*size*) dan harga (*price*). Setelah semua itu dapat dilakukan maka harus adanya hubungan yang terus berjalan sampai nantinya mereka akan memesan kembali apa yang mereka mau. Dengan mendapatkan pelanggan, tidak mudah juga untuk menjaga hubungan dengan konsumen karena dengan perusahaan menjaga hubungan perusahaan diberikan kepercayaan yang lebih untuk memberikan hasil yang terbaik untuk pelanggan (Wijaya, 2014).

PT. Tana Kencana Prima adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang properti yang menjualkan produk properti kepada *client (primary)* yang sedang mencari properti dari vendor (*secondary*) yang memiliki properti. PT. Tana Kencana Prima adalah sebagai Ray White yang merupakan sebuah agen properti yang membuka cabang atau disebut juga sebagai *franchise*. Lokasi perusahaan bertempat di jalan Panjang Jiwo sehingga nama cabang dari PT. Tana Kencana Prima adalah Ray White Panjang Jiwo. PT. Tana Kencana Prima didirikan pada tahun 2014 yang tergolong kantor cabang terbaru di wilayah Tenggara Kota Surabaya.

Dengan pertimbangan latar belakang perusahaan yang ada di atas penulis memilih Praktek Kerja Lapangan di PT. Tana Kencana Prima, karena penulis benar-benar tertarik dengan bidang usaha yang berhubungan dengan properti seperti perumahan, apartemen, gudang, tanah. Penulis juga ingin mengetahui Pengaruh

*direct marketing* pada PT. Tana Kencana Prima guna memuaskan kebutuhan konsumen ini akan dituangkan dalam Laporan Praktek Kerja Lapangan oleh penulis dengan judul **“Penerapan Direct Marketing Pada PT. Tana Kencana Prima”**

Karena jika di kaitkan dengan bidang konsentrasi yang penulis pilih yaitu *Marketing*, hal tersebut sangat berkaitan erat dengan pembelajaran yang penulis terima agar penulis mempunyai gambaran ke depan jika nantinya akan terjun dalam dunia pekerjaan secara nyata.

## **1.2 Tujuan Praktik Kerja Lapangan (PKL)**

Berikut adalah tujuan dalam pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai persyaratan keseluruhan dari program Sarjana Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung.
2. Sebagai suatu pembandingan antara teori yang diajarkan dalam perkuliahan dengan praktik yang terjadi di lapangan.
3. Mengetahui dengan jelas dan nyata bagaimana penerapan strategi marketing pada PT. Tana Kencana Prima.
4. Mengetahui seberapa penting strategi promosi direct marketing pada sebuah perusahaan properti PT. Tana Kencana Prima.

5. Mempelajari strategi *marketing*, khususnya *direct marketing* dan praktek yang sesungguhnya di bagian *Marketing* dalam meningkatkan penjualan di PT. Tana Kencana Prima.

### **1.3 Manfaat Praktik Kerja Lapangan (PKL)**

Dalam penyusunan laporan praktik kerja lapangan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak, diantaranya:

#### **1.3.1 Bagi Penulis:**

1. Dapat meningkatkan kemampuan dalam membuat laporan praktik kerja lapangan (PKL).
2. Dapat mengembangkan wawasan dan menerapkan disiplin ilmu marketing yang diperoleh selama perkuliahan.
3. Mengetahui gambaran dari strategi komunikasi personal khususnya direct marketing yang dilakukan oleh PT. Tana Kencana Prima sebagai perusahaan properti yang berlokasi di Kota Surabaya.
4. Mendapatkan pengalaman tentang dunia secara nyata di perusahaan yang bergerak di bidang properti.
5. Melatih skill dan kemampuan diri dalam mengaplikasikan teori perkuliahan yang didapat selama masa kuliah.

**1.3.2 Bagi PT. Tana Kencana Prima:**

1. Memberikan bantuan tambahan pada efektivitas pekerjaan dengan bertambahnya tenaga kerja.
2. Memperoleh sumbangan ide untuk meningkatkan kinerja di perusahaan.
3. Sarana untuk menciptakan hubungan kerja sama antara Perusahaan dengan Universitas.

**1.3.3 Bagi Universitas Ma Chung:**

1. Sebagai sarana untuk mengenalkan Universitas Ma Chung pada PT. Tana Kencana Prima.
2. Sebagai sarana untuk dapat mengevaluasi ilmu-ilmu baik maupun yang telah diajarkan pada mahasiswa selama ini.