

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan adalah suatu badan usaha yang melakukan kegiatan ekonomi, bertujuan menghasilkan barang/jasa. Perusahaan juga diartikan sebagai organisasi yang dikembangkan oleh seseorang atau sekumpulan orang, dengan tujuan menghasilkan berbagai jenis barang atau jasa yang dibutuhkan masyarakat. Badan usaha dapat berbentuk perseroan terbatas (PT), perseroan komanditer (CV), Firma, PT (Perseroan), Perusahaan Umum atau Perusahaan Jawatan. Di era modern sekarang ini, pesatnya perkembangan bisnis menyebabkan persaingan yang ketat antar perusahaan. Persaingan muncul bagi perusahaan yang baru berdiri maupun yang sudah lama termasuk di dalamnya perusahaan jasa khususnya perusahaan jasa pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia.

PT. Nusantara Traisser sebagai salah satu pelaku usaha jasa pelatihan, Saat ini berada dalam posisi menyediakan dan menyelenggarakan program pelatihan bagi peningkatan kompetensi tenaga kerja industri baik di tingkat regional maupun nasional. Perusahaan ini memandang bahwa saat ini perusahaan perlu menyusun strategi pemasaran yang tepat khususnya strategi promosi. Hal ini dikarenakan tingkat persaingan antar perusahaan jasa khususnya jasa pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia (*training*

provider) yang semakin kompetitif. Banyak ditemui jasa pelatihan dengan berbagai penawaran yang menarik dan juga dengan kualitas yang relatif baik.

Hal tersebut yang akan menimbulkan persaingan diantara penyedia jasa-jasa pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia karena semakin banyaknya usaha jasa yang menawarkan jasa tersebut. Maka dari itu strategi promosi perusahaan harus diperhatikan dan juga terus ditingkatkan untuk mengikuti perkembangan yang ada. Untuk itu salah satu upaya yang harus dilakukan perusahaan dalam hal ini adalah menyusun strategi promosi yang tepat. Dengan harapan melalui strategi ini PT. Nusantara Traisser akan semakin kompetitif dibandingkan dengan perusahaan jasa pelatihan sumber daya manusia yang lain bahkan bisa memenangkan dalam persaingan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka dalam menyusun laporan tugas akhir ini penulis tertarik untuk mengambil judul “**Strategi Promosi di PT Nusantara Traisser**”.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka penulis memfokuskan permasalahan sebagai berikut: “Bagaimana strategi promosi jasa pelatihan yang dilakukan oleh PT Nusantara Traisser”.

C. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam menyusun laporan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui penerapan strategi promosi yang dilakukan oleh PT Nusantara Traisser.

D. Manfaat

Laporan tugas akhir ini diharapkan memberikan manfaat bagi:

1. Penulis / Mahasiswa

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan bagi penulis dengan menerapkan ilmu yang diperoleh selama kuliah di STIM YKPN Yogyakarta dalam dunia kerja serta untuk melengkapi salah satu prasyarat dalam menyelesaikan Pendidikan jenjang Diploma 3

2. Perusahaan

Hasil penulisan ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu bahan evaluasi dan referensi dalam mengembangkan strategi promosi yang akan dilakukan masa mendatang.

3. STIM YKPN Yogyakarta

Dapat dijadikan sebagai referensi untuk menambah wawasan mahasiswa dalam menyusun Tugas Akhir, khususnya yang membahas tentang strategi promosi suatu perusahaan.