

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Aktivitas yang terjadi di masyarakat tidak bisa lepas dari kegiatan pemasaran. Pemasaran memiliki peran yang cukup penting dalam kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat. Machfoedz (2010, h. 140) menyatakan bahwa salah satu proses dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh produsen adalah menyediakan berbagai produk maupun jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Bagi masyarakat awam, kegiatan pemasaran lebih dikenal sebagai proses untuk menyalurkan produk yang telah dibuat oleh produsen kepada konsumen. Pada saat produk sampai kepada konsumen, konsumen akan mengeluarkan sejumlah uang untuk bisa mendapatkan produk tersebut. Dengan begitu, pemasaran merupakan sektor pendapatan penting bagi masyarakat karena dapat menguntungkan perusahaan atau pemasar dalam mencapai tujuannya.

Perkembangan bisnis di era global membuat perkembangan dunia bisnis juga semakin pesat. Kemajuan teknologi dan kemudahan memperoleh informasi membuat persaingan antar perusahaan semakin sulit. Perusahaan berlomba menciptakan produk baru dan membuat inovasi baru untuk menjaga kesetiaan konsumen.

Salah satu hal krusial yang harus diperhatikan oleh perusahaan atau produsen yaitu mempertahankan pelanggan atau konsumen yang sudah ada. Perusahaan perlu mempertahankan pelanggan bukan hanya untuk industri yang merupakan produsen barang saja, namun juga untuk perusahaan yang menghasilkan jasa berupa layanan, termasuk layanan di bidang kesehatan. Perusahaan yang menawarkan jasa seperti laboratorium klinik juga perlu melakukan inovasi layanan agar konsumen tetap setia menggunakan layanan yang disediakan.

Laboratorium Klinik Prodia merupakan salah satu penyedia layanan bidang kesehatan yang menjadi rujukan bagi masyarakat yang ingin memeriksakan kondisi dirinya. Sebagai penyedia jasa, Laboratorium Klinik Prodia juga dituntut untuk

terus melakukan aktivitas promosi guna mempertahankan kesetiaan konsumen. Penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Laboratorium Klinik Prodia karena ingin mendapat tambahan wawasan mengenai kegiatan administrasi dan promosi di tempat ini. Penulis tertarik membuat Laporan Tugas Akhir dengan judul Aktivitas Promosi Di PT Prodia Widyahusada cabang Jemursari untuk memberikan gambaran mengenai cara Laboratorium Klinik Prodia mempertahankan konsumen melalui berbagai kegiatan promosi yang dilakukan.

## **1.2 Ruang Lingkup**

Penulisan laporan tugas akhir ini berfokus pada aktivitas promosi yang dilakukan oleh Laboratorium Klinik Prodia Jemursari.

## **1.3 Tujuan Tugas Akhir**

Tujuan kegiatan tugas akhir ini adalah untuk memberikan gambaran mengenai aktivitas promosi yang dilakukan di Laboratorium Klinik Prodia Jemursari.

## **1.4 Manfaat Tugas Akhir**

Tugas akhir ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara langsung maupun tidak langsung bagi pihak-pihak yang berkaitan. Bagi penulis, Laporan Tugas Akhir ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan juga wawasan tentang promosi yang dilakukan di Laboratorium Klinik Prodia Jemursari. Selain itu, dengan menjalani PKL di tempat tersebut, penulis dapat menerapkan hal yang dipelajari selama perkuliahan di perusahaan. Bagi Prodi Administrasi Perkantoran, Laporan Tugas Akhir ini dapat menjadi wacana bagi mahasiswa untuk memberikan wawasan dan informasi tentang aktivitas promosi di Laboratorium Klinik Prodia Jemursari. Bagi Laboratorium Klinik Prodia Jemursari, Laporan Tugas Akhir ini memberikan gambaran aktivitas promosi yang telah dilakukan dan mendapatkan masukan mengenai aktivitas promosi yang bisa dilakukan untuk meningkatkan layanan kepada pasien.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah dalam penulisan Tugas Akhir ini, materi yang dibahas dikelompokkan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan latar belakang penetapan judul Laporan Tugas Akhir, ruang lingkup yang ditetapkan dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini, tujuan serta manfaat penulisan Laporan Tugas Akhir, dan sistematika penulisan Laporan Tugas Akhir ini sendiri.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab II adalah tinjauan pustaka yang berisikan landasan teori tentang definisi promosi dan pemasaran, tipe promosi, serta berbagai strategi promosi yang diterapkan oleh perusahaan. Tinjauan Pustaka ini merupakan kutipan dari beberapa buku maupun jurnal yang berkaitan dengan Laporan Tugas Akhir ini.

### **BAB III GAMBARAN UMUM**

Dalam bab ini, penulis membahas mengenai gambaran umum PT Prodia Widyahusada cabang Jemursari dan gambaran kegiatan PKL yang penulis lakukan di tempat tersebut.

### **BAB IV PEMBAHASAN**

Pada bab ini, penulis memaparkan aktivitas promosi di PT Prodia Widyahusada cabang Jemursari sesuai dengan judul Laporan Tugas Akhir yang telah ditetapkan.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan penulis terkait Laporan Tugas Akhir ini serta saran yang penulis berikan bagi kemajuan perusahaan.