

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Komunikasi sangatlah penting bagi jalannya sebuah perusahaan. Menurut Saleh *et al.* (2018:1). Komunikasi adalah sebuah peristiwa penyampaian pesan dari sumber (komunikator) kepada penerima (komunikan) melalui tahapan proses, media, atau alat sehingga menimbulkan efek atau pengaruh. Komunikasi dalam sebuah perusahaan harus dilakukan dengan baik agar kinerja dalam perusahaan dapat berjalan dengan lancar. Bentuk komunikasi yang terjadi pada sebuah perusahaan adalah komunikasi bisnis. Priatna (2018:6) menyatakan bahwa komunikasi bisnis bertujuan untuk menginformasikan, membujuk, serta membangun hubungan yang baik bagi orang-orang yang terkait di dalamnya. Salah satu bentuk komunikasi bisnis yang sering terjadi adalah komunikasi pemasaran. Menurut Fitriah (2018:5), Komunikasi Pemasaran merupakan proses penyampaian pesan secara persuasif yang dilakukan untuk menawarkan suatu produk atau jasa kepada konsumen. Komunikasi pemasaran berperan penting bagi tercapainya tujuan suatu perusahaan, karena merupakan salah satu upaya kegiatan penyampaian informasi dalam mencapai kepuasan kebutuhan konsumen.

Salah satu model komunikasi yang berkaitan dengan pemasaran adalah promosi penjualan atau *Sales Promotion*. Menurut Fill dan Turnbull (2016:488), promosi penjualan dilakukan sebagai cara untuk menawarkan berbagai produk yang menarik kepada calon pembeli, sebagai langkah persuasi untuk menghasilkan penjualan langsung. Saat ini, proses promosi dapat dilakukan dengan mudah karena adanya teknologi informasi yang dapat dilakukan tidak hanya secara *offline*, namun dapat dilakukan pula secara *online*, seperti memasang berbagai iklan produk di berbagai situs, atau mengirimkan berbagai *newsletter* melalui *database* pengguna produk yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

Setiap perusahaan, baik yang menawarkan produk atau jasa pasti memiliki suatu divisi khusus yang bertanggung jawab atas jalannya promosi dari produk/jasa yang ditawarkan, termasuk perusahaan Kompas Gramedia yang merupakan salah satu perusahaan yang telah beroperasi sejak tahun 1963, dengan menghadirkan berbagai produk berbasis informasi dan pengetahuan. Membawahi berbagai macam nama *brand* serta bentuk bisnis, salah satunya adalah Manufaktur yang bertanggung jawab atas percetakan dan produksi kemasan.

Gramedia Printing Group merupakan salah satu unit yang dibawah oleh Grup Manufaktur milik Kompas Gramedia yang memiliki percetakannya sendiri. Gramedia Printing Group selain mencetak buku bacaan seperti novel, majalah, dan tabloid, juga mencetak buku catatan, kalender, serta berbagai buku pendidikan, baik buku sekolah atau buku permintaan dari berbagai universitas di seluruh Indonesia.

Gramedia Printing Group memenuhi permintaan meningkatnya kebutuhan buku sekolah membuat dan menyiptakan divisi baru, yaitu Divisi Penjualan 2 (Sales Division 2) yang dibentuk sebagai penyedia khusus di bidang kebutuhan serta kepentingan sekolah dan didirikan pada tahun 2014, dengan nama Gramedia Mitra Edukasi Indonesia (GMEI) yang kini sudah menyediakan berbagai buku pendidikan, baik buku dengan ketentuan kurikulum lama ataupun baru. GMEI juga menyediakan buku non-teks, buku perpustakaan, atau buku literatur, berbagai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



keperluan elektronik untuk sekolah, seperti komputer, dan *graphic tablet*, produk digital, seperti *e-book* dan *website* pembelajaran, serta alat tulis.

Gramedia Mitra Edukasi Indonesia pun terpilih sebagai salah satu dari sepuluh penyedia kebutuhan buku sekolah di Indonesia oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. Tentunya sebuah kebutuhan disesuaikan dengan Petunjuk Teknis (Juknis) BOS Kemendikbud yang berlaku setiap tahunnya, beserta Harga Eceran Tertinggi (HET) yang telah ditetapkan dalam Kepmendikbud No. 377/P/2019.

Tingginya permintaan kebutuhan buku sekolah, serta adanya pesaing yang juga ditetapkan sebagai penyedia khusus oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia (Kemendikbud) membuat GMEI terus meningkatkan performa kerja divisi penjualan serta pemasarannya. Keinginan untuk menjadi salah satu penyedia unggul memerlukan banyak strategi, salah satunya adalah promosi penjualan dalam mencapai target yang diinginkan.

Promosi penjualan tentu saja memerlukan berbagai macam media yang dapat digunakan untuk menjangkau banyaknya konsumen melalui media langsung atau tatap muka, dan melalui media tidak langsung, sehingga informasi mengenai kegiatan promosi penjualan tersebut dapat diterima dengan baik oleh banyak pihak dan tepat sasaran. Ada banyaknya jalan promosi melalui berbagai macam media yang dilakukan oleh GMEI membuat penulis tertarik untuk menulis Laporan Akhir dengan judul *Proses Promosi Penjualan Buku Pendidikan* oleh Divisi Sales 2 di Kompas Gramedia.

Rumusan Masalah

Proses promosi dalam memasarkan produk sangat berpengaruh bagi sebuah perusahaan, karena promosi yang dilakukan dapat menciptakan dan meningkatkan mitra sebuah perusahaan beserta produk yang mereka keluarkan di kalangan masyarakat. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perumusan masalah pada Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apa peran *sales marketing* Divisi Sales 2 di Kompas Gramedia?
- 2) Bagaimana proses promosi penjualan buku pendidikan di Kompas Gramedia?
- 3) Apa hambatan dan solusi dalam proses promosi penjualan buku pendidikan di Kompas Gramedia?

Tujuan

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan dari penulisan Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

- Menjelaskan peran sales marketing Divisi Sales 2 di Kompas Gramedia.
- Menjelaskan promosi penjualan buku pendidikan di Kompas Gramedia.
- Menjelaskan hambatan dan solusi dalam proses promosi penjualan buku pendidikan di Kompas Gramedia.

METODE

Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data untuk Laporan Akhir berdasarkan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang dilaksanakan di PT. Kompas Gramedia, yang berlokasi di Jalan Palmerah Selatan 22-28, Jakarta 10270, DKI Jakarta. Waktu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

