

BAB III

PELAKSANAAN KULIAH KERJA PRAKTEK



3.1 Bidang Pelaksanaan Kerja Praktek

Dalam melaksanakan kerja praktek di kota Bandung Sesuai dengan judul yang kami bahas “**Tinjauan Terhadap Pelaksanaan Segmenting dan Targeting Pada Penerbit CV. ARMICO Bandung**”. Penulis ditempatkan di bidang pemasaran yang salah satu tugasnya adalah untuk mengetahui Segmentasi dan Target yang akan dicapai oleh CV. ARMICO Bandung.

3.2 Teknis Pelaksanaan Kerja Praktek

Penulis melaksanakan Kerja Praktek mulai dari bulan Juli 2004 sampai dengan bulan September 2004. selama melaksanakan kerja praktek tentu saja penulis diberi kesempatan untuk membantu mengerjakan tugas yang ada, tugas tersebut antara lain :

1. Membantu memasukan data-data ke dalam komputer seperti memasukan daftar harga barang.
2. Membantu memasukkan berapa banyaknya barang yang akan dipasarkan ataupun yang sudah dipasarkan dari CV ARMICO.
3. Membantu pengetikan dalam memasukkan data-data barang yang telah terjual setiap bulannya.
4. Membantu mengecek stock barang yang akan dipasarkan di gudang.

3.3 Hasil Pelaksanaan Kerja Praktek

Seperti yang telah di uraikan dalam bab sebelumnya , bahwa CV. ARMICO adalah merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang percetakan buku-buku bermutu dan kegiatan pemasaran dengan menetapkan pasar sasaran dan target pasarnya dengan tepat sehingga dapat memuaskan kebutuhan pelanggannya secara lebih baik. Dari hasil kerja praktek tersebut penulis memperoleh hasil sebagai berikut yaitu tentang :

3.3.1 Tujuan pelaksanaan kegiatan segmentasi pasar dan penetapan pasar sasaran

Segmen pasar terdiri atas kelompok besar konsumen yang dapat diidentifikasi dalam sebuah pasar. Disini perusahaan berusaha memisahkan segmen yang membentuk pasar tersebut. Oleh karena itu, segmentasi merupakan segmen tengah yang membentuk pasar dan untuk memahami kebutuhan konsumen CV. ARMICO lebih dulu mengelompokan konsumen agar mendapat segmen pasar yang lebih specific. Dengan mengalokasikan sumber daya yang lebih tepat maka akan dapat menciptakan produk yang lebih selaras dan mengenakan harga yang pantas bagi konsumen sasaran. Untuk tetap mempertahankannya, tentu salah satunya mereka harus melakukan kegiatan pemasaran dengan baik dan menetapkan pasar sasaran dengan

tepat sehingga dapat memuaskan kebutuhan pelanggannya secara lebih baik dari pesaingnya.

3.3.2 Pelaksanaan kegiatan segmentasi pasar

Dalam pelaksanaan kegiatan segmentasi pasar CV. ARMiCO memilih beberapa segmen untuk dilayani. Hal ini dilakukan agar CV. ARMiCO dapat memfokuskan usahanya pada pasar yang telah specific, namun tetap merupakan pasar yang cukup besar untuk dapat memperoleh laba dan peluang pertumbuhan.

3.3.3 Tujuan pelaksanaan pemilihan pasar sasaran

Dalam pelaksanaan pemilihan pasar sasaran CV. ARMiCO terlebih dahulu memilih segmen pasar untuk dilayani demi tercapainya loyalitas konsumen. Efektifitas program pemasaran pun sangat diperlukan oleh CV. ARMiCO untuk memuaskan kebutuhan konsumen dan tentunya juga mempunyai image yang baik di banding dengan pesaingnya.

3.3.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi segmentasi pasar

CV. ARMiCO menggunakan variabel demografi dalam pelaksanaan faktor-faktor segmentasinya. Segmentasi demografis terdiri dari pembagian masyarakat menjadi kelompok-kelompok yang berdasar pada variabel-variabel demografis yaitu seperti :

- Umur

- Jenis kelamin
- Ukuran keluarga
- Siklus hidup keluarga
- Pekerjaan
- Tempat tinggal
- Pendidikan
- Agama
- Ras, dan
- Kebangsaan