BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam rangka pencapaian tujuan utama perusahaan, yaitu keuntungan dan kesinambungan usaha pada akhirnya akan mengarah pada kegiatan pemasaran dan penjualan, karena dari penjualan perusahaan mengharapkan meraih laba untuk tujuan–tujuan standar lainnya.

Pemasaran sebagai salah satu bagian dari kegiatan perusahaan yang sangat berperan dalam kehidupan perusahaan, contohnya dalam pengenalan barang, baik melalui media elektronik ataupun media lainnya. Sebelum orang mengetahui adanya kegitan pemasaran, maka perusahaan sulit memperkenalkan barang yang di hasilkannya, sehingga konsumen cenderung tidak mengetahui perkembangan produk, dan sulit mendapatkan informasi akan keberadaan produk, sehingga mengakibatkan produk kurang laku dipasaran. Hal semacam ini merupakan penghambat dalam pengembangan produk, terutama produk yang dihasilkan dalam skala besar.

Seperti telah diketahui, bahwa kegiatan usaha perusahaan tidak terlepas dari kegiatan pemasaran yang berguna untuk memantau keadaan pasar, baik pasar pesaing ataupun pasar potensial, agar aktivitas pemasaran mencapai sasaran – sasaran yang ditargetkan, maka perlu dilakukan perencanaan yang baik. Selain itu juga perusahaan perlu

menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran merupakan sebuah rencana dengan menggunakan berbagai alat pemasaran untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, baik berupa target pasar maupun perluasan pangsa pasar, sehingga diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan.

Dengan demikian pemasaran merupakan suatu instrumen yang penting dalam suatu perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuannya. Atas dasar pemikiran tersebut diatas penulis mencoba menyusun tugas akhir ini yang berbentuk karya tulis yang berjudul *"PENERAPAN STRATEGI PRODUK DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA C.V SUKA SETIA PUTRA JAYA RANCAEKEK "*, Tugas Akhir ini merupakan suatu refleksi dari hasil penelitian selama Praktek kerja lapangan di perusahaan tersebut.

1.2 Maksud dan Tujuan

Penyusunan tugas ahir ini pada dasarnya dimaksudkan untuk :

1. Memenuhi persyaratan yang telah ditentukan oleh lembaga sebagai prasarat untuk menyelesaikan program Diploma I Jurusan Aplikasi Bisnis, IGI – LPKIG Bandung.
2. Untuk memahami lebih jauh bagaimana konsep dasar tentang strategi pemasaran khususnya strategi produk yang diterapkan pada CV Suka Setia Putra Jaya Rancaekek.
3. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh penerapan strategi produk terhadap pangsa pasar dan volume penjualan.

4. Untuk meningkatkan pengetahuan, wawasan, dan hal-hal lain yang berkaitan dengan proses pemasaran.

Selain tujuan tersebut di atas, tugas akhir ini juga bisa dijadikan ukuran seberapa jauh kemampuan mahasiswa dalam menyerap ilmu yang telah diperoleh pada saat kuliah serta relevansinya dengan dunia kerja.

1.3 Pembatasan Masalah

Pemasaran merupakan suatu proses yang multi dimensi baik ditinjau dari sisi teori, konsep – konsep dasar, maupun aplikasi di lapangan. Demikian juga dalam hal strategi pemasaran, oleh karena itu dalam Tugas Akhir ini, penulis hanya membatasi masalah – masalah yang berkaitan dengan strategi pemasaran, sebagai berikut ;

1. Penerapan strategi produk pada CV Suka Setia Putra Jaya Rancaekek dalam upaya memperluas pangsa pasar dan target pasar.
2. Efektifitas penerapan strategi produk sebagai suatu strategi pemasaran dalam upaya peningkatan penjualan.

1.4 Metodologoi Penelitian

Dalam rangka penyusunan tugas akhir ini penulis berusaha memperoleh data – data dan informasi dengan cara melakukan kegiatan, sebagai berikut ;

1. Wawancara (inteview)

   Penulis melakukan wawancara dengan pihak pengusaha, staff, dan karyawan perusahaan dimana penulis menjalankan kegiatan praktek kerja lapangan yang dimaksudkan untuk mengetahui data-data yang sebenarnya.

2. Studi Kepustakaan

   Studi kepustakaan merupakan data teoritis yang berguna sebagai bahan pembanding dengan keadaan sebenarnya di lapangan, untuk itu dicari bahan-bahan yang dianggap perlu dan berkaitan dengan masalah yang dibahas, dari berbagai sumbernya.

3. Penelitian Lapangan/ Observasi

   Penulis mengadakan studi lapangan dengan upaya memperoleh data dan informasi secara langsung terhadap objek-objek bahan penilitian.

1.5 Sistimatika Penulisan Laporan

Sistematika penulisan tugas akhir ini terbagi dalam tiga bagian; Bagian pertama, berisi tentang halaman judul, lembar pengesahan dan daftar isi. Bagian kedua terdiri dari ;

BAB 1 PENDAHULUAN

Berisi tentang; Latar Belakang, Maksud dan Tujuan, Metodologi Penelitian, Pembatasan Masalah, dan Sistematika Penulisan Laporan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang ; Pengertian Pemasaran, Konsep inti Pemasaran, Strategi Pemasaran, Karakteristik Produk, Layanan Pasca Jual, dan Promosi.

BAB III LAPORAN HASIL PENELITIAN

Berisi tentang; Sejarah Singkat Perusahaan, Struktur Organisasi, Deskripsi Kerja, Bidang Usaha, Sistem Penjualan, layanan Pasca Jual, Segmentasi Pasar, Penerapan Strategi Produk, Promosi, Volume Penjualan.

BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN

Berisi tentang : Grafik Penjualan, Grafik Produksi, Efektifitas produksi terhadap volume penjualan sebagai akibat dari diterapkannya strategi produk yang diterapkan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Menyimpulkan semua teori yang dibahas dan saran untuk perusahaan dan lembaga.

Dan bagian terakhir terdiri dari daftar pustaka dan lampiran-lampiran