PENERAPAN STRATEGI PRODUK DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA CV. SUKA SETIA PUTRA JAYA RANCAEKEK

TUGAS AKHIR

PROGRAM DIPLOMA-I
JURUSAN : APLIKASI BISNIS

Oleh :

AGUS MUBAROK ***NIM : AB198002***
AI RAHMAH ***NIM : AB198004***

INDONESIAN GERMANY INSTITUTE
LEMBAGA PENDIDIKAN KOMPUTER INDONESIA JERMAN
BANDUNG
1999

Penerapan Strategi Produk Dalam Upaya Menigkatkan Penjualan Pada CV. Suka Setia Putra Jaya Rancaekek

TUGAS AKHIR

Di ajukan untuk memenuhi salah satu syarat
Untuk memenuhi sidang yudisium Diploma-I
Lembaga Pendidikan Komputer Indonesia Jerman

Jurusan : Aplikasi Bisnis

Oleh

AGUS MUBAROK *NIM : AB198002*
AI RAHMAH *NIM : AB198004*

INDONESIAN GERMANY INSTITUTE
LEMBAGA PENDIDIKAN KOMPUTER INDONESIA JERMAN
BANDUNG
1999

Lembar Pengesahan

Penerapan Strategi Produk Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada C.V. Suka Setia Putra Jaya Rancaekek

TUGAS AKHIR

Program Diploma I
Jurusan : Aplikasi Bisnis

Oleh

Agus Mubarok **NIM : AB198002**
Ai Rahmah **NIM : Ab198004**

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

(Drs.D.Suteja Umar.M.pd)

Mengetahui,
Ketua Jurusan

(Ir.Salama Manjang, MSc)

Mengetahui,
Direktur IGI – LPKIG

(Ir. Eddy Suryanto Soegoto, MSc)

Tugas Akhir Ini Di Setujui Pada Sidang

Tanggal : 3 September l999

Penguji I

(Ir. Eddy Suryanto Soegoto, MSc)

Penguji II

(Ir. Salama Manjang, MSc)

Penguji III

(Drs.D.Suteja Umar.M.pd)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahiim

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Alloh SWT yang maha kuasa dengan karunia-Nya telah memberi kelancaran kepeda penulis sehingga pada akhirnya, tugas akhir ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Tugas akhir ini selain merupakan salah satu syarat untuk mengikuti ujian sidang akhir pada Lembaga Pendidikan Komputer Indonesia Jerman (IGI –LPKIG) program setara diploma I, juga merupakan proses peningkatan pengetahuan, wawasan, dan pengalaman dalam upaya peningkatan sumber daya manusia bagi penulis.

Mengingat terbatasnya pengetahuan, pengalaman,dan wawasan penulis, maka dalam penyusunan tugas akhir ini penulis telah banyak bantuan, bimbingan, dan saran-saran dari berbagai pihak terutama dalam hal penerapan teori dan konsep yang telah diperoleh di bangku kuliah dan di lapangan, baik bantuan teknis maupun bantuan praktis selama praktek kerja lapangan. Dalam kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak serta Ibu tercinta bersama keluarga yang telah memberikan do'a restu, bimbingan, dan dorongan, sehingga penyusun dapat menyelesaikan laporan kerja praktek.

2. Bapak Ir. Edi Suryanto Soegoto MSc, selaku Direktur IGI-LPKIG Bandung.
3. Bapak Ir. Salama Manjang MSc, selaku Dosen Wali
4. Bapak Zainal Ahmad. SE, sealaku Dosen Pembimbing
5. Bapak H. Adang Sirojudin, selaku pimpinan perusahaan CV. Suka Setia Putra Jaya Rancaekek
6. Bapak Drs Zainal Aripin, selaku pembimbing selama peraktek kerja lapangan

Kami menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu kami mengharapkan kritik dan saran-saran yang membangun untuk perbaikan selanjutnya.Dengan penuh harapan semoga laporan praktek kerja ini bermanfaat, khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pihak yang berkepentingan.

Bandung, Juli 1999

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

Kata pengantar i

Daftar isi iii

Daftar Lampiran v

Abstraksi vi

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Maksud dan Tujuan 2

1.3. Pembatasan Masalah 3

1.4. Metodologi Penelitian 3

1.5. Sistematika Penulisan Laporan 4

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Pemasaran..... 6

2.2. Konsep Inti Pemasaran..... 7

2.3. Strategi Pemasaran.....9

2.4. Strategi Produk.....10

2.5. Pengertian Karakteristik Produk.....11

2.6. Layanan Pasca Jual.....17

2.7 Promosi.....19

BAB III. DATA HASIL PENELITIAN

3.1. Sejarah Singkat Perusahaan 21

3.2. Struktur Organisasi 22

3.3. Deskripsi Kerja 23

3.4. Jenis Usaha..... 23

3.5. Sistem Penjualan..... 24

3.6. Layanan Pasca Jual..... 25

3.7. Segmentasi Pasar.....26

3.8. Penerapan Strategi Produk..... 27

3.9. Promosi..... 28

3.10. Data Penjualan Barang-Barang Produk..... 29

BAB IV. ANALISA HASIL PENELITIAN

4.1. Grafik Produksi dan Penjualan..... 31

4.2. Efektifitas Produksi Terhadap Hasil Penjualan.... . 32

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN-SARAN

5.1. Kendala-kendala yang dihadapi Perusahaan..... 34

5.2. Koordinasi dengan Perusahaan Cabang..... 35

5.3. Saran-Saran..... 36

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

1. Usaha Perdagangan
2. Surat Ijin Bangunan
3. Syarat – syarat Ketentuan Pendirian Perusahaan
4. Surat Ijin temat Usaha
5. Kartu Nomor Pokok Wajib Pajak
6. Nota Pengiriman Barang
7. Nota Surat Jalan
8. Tanda Daftar Perusahaan

ABSTRAKSI

Dalam kenyataannya strategi produk dapat diterapkan pada setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi pengolahan barang ,seperti halnya dalam perusahaan komponen meubeler .Perusahaan tersebut memperoduksi perlengkapan siap pakai berdasarka fungsinya.

Efektifitas dari penerapan strategi produk dapat meningkatkan volume penjualan dan memperbaiki posisi perusahaan kearah yang lebih baik,terlihat pada jumlah produk yang terjual dari periode satu keperiode keperiode berikutnya mengalami peningkatan .

Oleh karena itu kegunaan dari strategi produk merupakan suatu cara bagaimana suatu produk dapat menerobos konsumen sasarannya,untuk itu perusahaan harus dapat memodifikasi produk dengan sebaik – baiknya.

Pada dasarnya strategi produk merupakan alat fundamental yang tidak terlepas dalam kehidupan perusahaan,karena perhatian perusahaan yang paling besar ditujukan pada perkembangan strategi produk yang bisa dilaksanakan.