TINJAUAN KEGIATAN PEMASARAN DALAM MENUNJANG HASIL PENJUALAN BENDA-BENDA POS PADA PT. POS INDONESIA KANTOR CABANG CIMAHI

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh
Ujian Sidang Program Studi Pendidikan Diploma III
Jurusan Aplikasi Bisnis

PERPUSTAKAAN UNIKOM BANDUNG

Oleh :

EULIS RATNAWANGSIH
NIM. AB32497002

INDONESIAN GERMANY INSTITUTE
BANDUNG
2000

LEMBAR PENGESAHAN

TINJAUAN KEGIATAN PEMASARAN DALAM MENUNJANG HASIL PENJUALAN BENDA-BENDA POS PADA PT. POS INDONESIA KANTOR CABANG CIMAHI

Penyusun : **Euiis Ratnawangsih**

NIM : **AB32497002**

Jurusan : **Aplikasi Bisnis**

Menyetujui,
Pembimbing

(Ir. Salama Manjang, MSc)

Mengesahkan

Ketua Jurusan Aplikasi Bisnis

(Ir. Salama Manjang, MSc)

Direktur IGI

(Ir. Eddy Suryanto Soegoto, MSc)

LEMBAR PENGESAHAN

TINJAUAN KEGIATAN PEMASARAN DALAM MENUNJANG HASIL PENJUALAN BENDA-BENDA POS PADA PT. POS INDONESIA KANTOR CABANG CIMAHI

Oleh:

EULIS RATNAWANGSIH

NIM: AB32497002

Mengetahui,

Pembimbing

Manajer Pemasaran

Soepardi
Nippos. 950060008

Kepala Kantor Pos Cimahi

Soni Senjaya
Nippos. 963216302

LEMBAR PENGESAHAN

TINJAUAN KEGIATAN PEMASARAN DALAM MENUNJANG HASIL PENJUALAN BENDA-BENDA POS PADA PT. POS INDONESIA KANTOR CABANG CIMAHI

Telah disidangkan pada tanggal: 30 September 2000

Mengesahkan

Penguji I

(Ir. Bambang Siswoyo)

Penguji II

(Drs. Yusman Bachrumsyah, MM)

Penguji III

(Ir. Salama Manjang, MSc)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohiim

Dengan penuh kerendahan hati dan rasa terima kasih penyusun mengucapkan puji dan syukur yang senantiasa kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya, shalawat dan salam semoga selalu terlimpah kepada Nabi Muhammad SAW., Alhamdulillah penyusun dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul **"Tinjauan Kegiatan Pemasaran Dalam Menunjang Hasil Penjualan Benda-Benda Pos Pada PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Cimahi"**.

Adapun tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan perkuliahan Program Diploma III (D III) pada jurusan Ahli Komputer Aplikasi Bisnis di Indonesian Germany Institute (IGI).

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penyusun telah mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, sehingga penyusunan tugas akhir ini dapat terselesaikan. Laporan ini disusun berdasarkan data-data yang diperoleh dari hasil penelitian lapangan secara langsung dan ditunjang dengan hasil studi kepustakaan, bahan-bahan literatur serta catatan lainnya.

Hal tersebut berhubungan erat dengan perkembangan dan pertumbuhan dunia usaha yang semakin marak seperti halnya dalam arus surat-menyurat dan komunikasi udara, sehingga dijadikan objek penelitian.

Namun dalam hal ini penyusun menyadari sepenuhnya, bahwa penyusunan tugas akhir ini masih belum sempurna, walaupun penyusun telah berusaha semaksimal mungkin, oleh arena itu dengan tangan terbuka penyusun menerima

kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penyusunan laporan ini dimasa yang akan datang.

Pada kesempatan yang baik ini, penyusun ingin mengucapkan terma kasih kepada:

1. Bapak Ir. Eddy Suryanto Soegoto., MSc., selaku Direktur Lembaga Pendidikan Komputer Indonesia Jerman (IGI-LPKIG).
2. Bapak Ir. Salama Manjang., MSc., selaku dosen pembimbing dan ketua jurusan Aplikasi Bisnis, yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan kepada saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Bapak Soni Senjaya, selaku Kepala Kantor Pos Indonesia Kantor Cabang Cimahi yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melaksanakan penelitian di Kantor Pos Cabang Cimahi.
4. Bapak Soepardi, sebagai pembimbing di bagian pemasaran PT. Pos Indonsia Kantor Cabang Cimahi, yang telah memberikan bantuannya kepada saya untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian ini.
5. Seluruh staf dosen dan karyawan IGI yang telah memberikan pelayanan akademik.
6. Ibu Heni dan Ibu Juwanti, serta Bpk. Warya yang telah memberikan data-data yang saya perlukan dalam menyusun tugas akhir ini.
7. Segenap karyawan PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Cimahi yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan informasi dan bantuannya.

8. Orang tuaku tercinta, yang telah memberikan segalanya baik moril dan materil kepada saya pribadi, sehingga saya dapat menyelesaikan pendidikan sepeti sekarang ini.
9. Yang paling kusayangi dan saya cintai, saudara R. Fajar Bramanantyo yang telah memberikan bantuannya dalam menyediakan sarana pengetikan tugas ini, berikut makan dan minumnya, serta jahilannya dan gangguannya, terimakasih banyak.
10. Keluarga R. Poerwantoro, yang telah membantu memberikan sarananya dalam menyelesaikan tugas akhir saya.
11. Teman-temanku Rita, Dormina dan Prihati Setyo. P, Sdr. Yana Rika, Andy, Yadi dan teman-teman semuanya, yang telah memberikan ide-idenya dan saran-sarannya.
12. Seluruh keluarga dan adik-adikku tercinta, yang telah memberikan dukungannya.
13. Seluruh pihak yang telah membantu kelancaran dalam penyusunan tugas akhir ini.

Hanya dengan izin-Mu yaa Allah, saya dapat meyelesaikan laporan ini, akhir kata semoga laporan ini dapat berguna bagi saya khususnya dan bagi rekan-rekan yang membaca pada umumnya.

Bandung, September 2000

(Penyusun)

DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI iv

DAFTAR GAMBAR vi

DAFTAR TABEL vii

DAFTAR LAMPIRAN viii

ABSTRAKSI ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Maksud dan Tujuan Penelitian 2

1.3 Metodologi Penelitian 2

1.4 Pembatasan Masalah 3

1.5 Sistematika Penulisan 4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Penjualan dan Pemasaran 6

2.2 Organisasi Pemasaran 8

2.3 Konsep Orientasi Perusahaan ke Pasar 12

2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan 14

2.5 Pertimbangan Pemasaran 20

2.6 Strategi Perusahaan dalam Memasarkan dan Menjual Produknya 21

PERPUSTAKAAN UNIKOM BANDUNG

Halaman

BAB III DATA HASIL PENELITIAN

3.1 Sejarah Singkat PT. Pos Indonesia 23

3.2 Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Cimahi 27

3.3 Tanggung Jawab Bagian Pemasaran 28

3.4 Aktivitas Unit Divisi Pemasaran 28

3.5 Proses Kegiatan Pemasaran ke Luar (*Selling*) 29

3.6 Data Penjualan

3.6.1 Produk Yang Di Jual 31

3.6.2 Data Hasil Penjualan 33

3.6.3 Pelayanan dan Perlindungan Konsumen 34

BAB IV ANALISA HASIL PENELITIAN

4.1 Analisa Terhadap Aktivitas Pemasaran 37

4.2 Analisa Terhadap Data Hasil Penjualan 39

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 45

5.2 Saran-Saran 45

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Halaman

1 Gambar 2.1 Struktur Organisasi Bagian Pemasaran 9

2 Gambar 2.2 Skema Lembaga Distribusi 18

3 Gambar 4.1 Grafik Penjualan Benda-Benda Pos 39

4 Gambar 4.2 Grafik Penjualan Perangko 41

5 Gambar 4.3 Grafik Penjualan Sampul 42

6 Gambar 4.4 Grafik Pendapatan Meterai 43

7 Gambar 4.5 Grafik Pendapatan EMS 44

DAFTAR TABEL

Halaman

1. Tabel 2.1 Perbedaan Penjualan (*Selling*) dan Pemasaran (*Marketing*) 7
2. Tabel 3.1 Data Pendapatan Benda-Benda Pos 33
3. Tabel 3.2 Data Pendapatan Meterai 34
4. Tabel 3.3 Data Pendapatan EMS 34

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Sampel Kartu Pos
- Lampiran 2. Sampel EMS
- Lampiran 3. Tanda Terima Kiriman Barang/ Dokumen
- Lampiran 4. Sampel Surat
- Lampiran 5. Warkat Pos Dalam Negeri
- Lampiran 6. Sampul Untuk Kiriman Luar Negeri
- Lampiran 7. Laflet Perangko PT. Pos Indonesia Tahun 1999
- Lampiran 8. Laporan Bulanan Pendapatan Benda-Benda Pos
- Lampiran 9. Analisa Hitungan Berdasarkan Trend Model
- Lampiran 10. Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Cimahi

ABSTRAKSI

Dalam penelitian yang dilaksanakan di PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Cimahi, penulis mengambil judul "Tinjauan Kegiatan Pemasaran Dalam Menunjang Hasil Penjualan Benda-Benda Pos Pada PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Cimahi". Tujuan penulis mengadakan penelitian ini antara lain adalah untuk mengetahui bagaimana cara unit pemasaran memasarkan produknya, dan peranannya dalam melakukan penjualan.

Proses kegiatan pemasaran pada PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Cimahi, yaitu dengan menawarkan jasa-jasa pos kepada perusahaan-perusahaan yang membutuhkan layanan jasa pos.

Hasil pembahasan yang dikemukakan adalah analisa terhadap aktivitas pemasaran, dan analisa terhadap data hasil penjualan. Dalam hal ini situasi ekonomi Indonesia yang sedang mengalami krisis ekonomi, mengakibatkan menurunnya daya beli masyarakat, dan berkurangnya masyarakat dalam menggunakan jasa pos, dimana penurunan terjadi pada tahun 1997 & 1998.

Berdasarkan kajian yang telah dilakukan pada PT. Pos Indonesia Kantor Cabang Cimahi, disini penulis mencoba mengambil kesimpulan, bahwa kegiatan pemasaran yang telah dilaksanakan sangat banyak dan beragam. Pada tahun 1999 mencapai hasil penjualan tertinggi. Namun disini penulis memberi saran agar bagian pemasaran mencoba mengembangkan riset pemasaran.