PERANAN STRATEGI PROMOSI PEMASARAN DALAM UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN UNIT SAYUR MAYUR DI KOPERASI UNIT DESA KARYA TEGUH LEMBANG

PERPUSTAKAAN
STIKOM BANDUNG

TUGAS AKHIR

PROGRAM DIPLOMA III
JURUSAN MANAJEMEN DAN PEMASARAN

Oleh :

GUNTUR UMBARTANTO
NIM. 32397007

INDONESIAN GERMANY INSTITUTE
BANDUNG
2000

LEMBAR PENGESAHAN - I

PERANAN STRATEGI PROMOSI PEMASARAN DALAM UPAYA PENINGKATAN PENJULAN UNIT SAYUR MAYUR DI KOPERASI UNIT DESA KARYA TEGUH LEMBANG

TUGAS AKHIR

Oleh :
GUNTUR UMBARTANTO
32397007

Menyetujui :

Dosen Pembingbing

(Yusman Bachrunsyah,. Drs,. MM.)

Mengetahui :

Ketua Jurusan	Ketua IGI
(Ahmad Iskandar Z., Se., MBA.)	(Eddy Suryanto Soegoto., Ir., M.sc.)

LEMBAR PENGESAHAN - II

PERANAN STRATEGI PROMOSI PEMASARAN DALAM UPAYA PENINGKATAN PENJULAN UNIT SAYUR MAYUR DI KOPERASI UNIT DESA KARYA TEGUH LEMBANG

TUGAS AKHIR

Oleh :
GUNTUR UMBARTANTO
32397007

Menyetujui :
Koperasi Unit Desa Karya Teguh Lembang

Komisaris

(H. A. Suryana)

Mengetahui :

Pembingbing Perusahaan :

(Setia Sujatmika)

LEMBAR PENGESAHAN - III

PERANAN STRATEGI PROMOSI PEMASARAN DALAM UPAYA PENINGKATAN PENJULAN UNIT SAYUR MAYUR DI KOPERASI UNIT DESA KARYA TEGUH LEMBANG

TUGAS AKHIR

Oleh :
GUNTUR UMBARTANTO
32397007

Di sidangkan pada tanggal 29 September 2000.
Dengan nilai yudisium : B

Mengetahui :

Penguji I

(Ahmad IskandarZ., Se., MBA.)

Penguji II

(Yusman Bachrunsyah.,Drs., MM)

Penguji III

(J. Sarwono., Drs., MHum)

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penyusun panjatkan kehadirat Allah S.W.T. karena atas rahmat dan karunia-Nyalah penyusun dapat menyeslesaikan tugas akhir ini dengan lancar.

Penyusun sangat menyadari kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini untuk itu penyusun selalu terbuka menerima saran dan kritik dari semua pihak demi kesempurnaan tugas akhir ini

Dalam menyelesaikan tugas akhir ini, penyusun telah banyak memperoleh bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penyusun mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada :

1. Bapak Ir. Eddy suryanto Soegoto., Msc. Selaku direktur utama.
2. Bapak Drs. Yusman Bachrumsyah, MM. Selaku Dosen Pembingbing
3. Bapak Ahmad Iskandar Z., SE., MBA. Selaku ketua Jurusan.
4. Bapak Setia Sujatmika . yang telah memberikan ijin peraktek kerja lapangan di KUD Karya Teguh Lembang.
5. Bapak Maman selaku manager unit sayuran KUD Karya Teguh Lembang yang telah memberikan informasi serta data yang penulis dapatkan.
6. Bapak dan Ibu tercinta serta Kakak-kakak semua yang selalu memberikan perhatian serta dorongan materil dan moril dalam menyelesaikan laporan ini.

Untuk segala amal dan perbuatan yang telah mereka berikan, semua Allah S.W.T membalasnya dengan limpahan rahmat dan hidayat-Nya, Amien.

Bandung, 22 September 2000

Penyusun

ABTRAKSI

Strategi pembagunan nasional orientasinya diarahkan kepada pemberdayaan ekonomi kerakyatan, dimana Koperasi dan Pengusaha Kecil/Menengah memegang peranan penting dan harus ada di garis terdepan. Peranan KUD yang merupakn koperasi pedesaan mempunyai serta memiliki nilai lebih karena Visinya bertujuan untuk menjadikan KUD satu-satunya Organisasi Ekonomi Rakyat Pedesaan, Misinya Untuk meningkatkan tarap hidup masyarakat Pedesaan, dan memberikan pelayanan yang memuaskan serta bermanfaat kepada para anggotanya melalui upaya menuju pembangunan Koperasi Unit Desa untuk kembali kepada jati dirinya Koperasi, Yaitu Dari Anggota, Oleh Anggota, dan Untuk Anggota.

Termasuk KUD "Karya Teguh" yang merupakan organisasi ekonomi rakyat pedesaan oleh karena itu penulis membahas tentang perkembangan perkembangan KUD "Karya Teguh" yang khususnya membahas tentang Srategi Promosi Pmasaran produk di unit sayur mayur.

Adapun yang menjadi landasan penelitian adalah tentang sejarah umum KUD "Karya Teguh" yang berisi sejarah berdirinya KUD "Karya Teguh", struktur organisasi dan strategi pemasaran yang ditetapkan disamping itu juga tentang gambaran khusus yang meliputi kegiatan promosi di unit sayur mayur juga biaya pemasarannya.

Dari penelitian yang dilakukan bahwa di unit sayur mayur kurangnya kegiatan kegiatan promosi dan biaya pemasaran yang ada dapat di imbangi dengan Sisa Hasil Usaha yang meningkat dan selisihnya lebih menguntungkan

pihak KUD "Karya Teguh", kurangnya kegiatan promosi tidak dapat memaksimalkan keuntungan yang seharusnya didapat.

DAFTAR ISI

HALAMAN

KATA PENGANTAR i

ABSTRAK iii

DAFTAR ISI v

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang..... 1

1.2 Maksud dan Tujuan..... 2

1.3 Metodologi Penelitian..... 2

1.4 Pembatasan Masalah..... 3

1.5 Sistematika Penulisan..... 4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 6

2.1 Pengertian Pemasaran..... 6

2.2 Pengertian Strategi..... 6

2.2.1 Proses Pemasaran..... 7

2.2.2 Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran..... 8

2.3 Pengertian Strategi Pemasaran..... 8

2.4 Strategi Promosi..... 9

BAB III DATA HASIL PENELITIAN... 11

3.1 Gambaran Umum..... 11

3.1.1 Sejarah Singkat..... 11

PERPUSTAKAAN UNPAS BANDUNG

3.1.2 Struktur Organisasi 15

3.1.2.1 Fungsi Tiap-tiap Personil Organisasi..... 18

3.1.3 Strategi Pemasaran..... 19

3.2 Gambaran Khusus..... 21

3.2.1 Kegiatan Promosi.. 21

3.2.2 Biaya Pemasaran..... 22

BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN 26

4.1 Analisa Kegiatan Promosi..... 26

4.2 Analisa Biaya Pemasaran..... 28

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 30

5.1 Kesimpulan..... 30

5.2 Saran-saran..... 31

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN