BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Administrasi dan Definisi Teknik Pemasaran

2.1.1. Pengertian Administrasi

Administrasi berasal dari kata latin dan Yunani "ad" yang berarti intensif dan "ministrare" yang berarti melayani. Jadi administrasi berarti melayani secara intensif. Dalam bahasa Indonesia Administrasi sering diistilahkan dengan tata usaha.

Pengertian Administrasi dapat dibedakan menjadi 2 (dua) arti, yaitu:

a. Dalam arti sempit

Administrasi dalam pekerjaan kantor atau tata usahaan yang meliputi pekerjaan tulis menulis, surat menyurat atau pengetikan.

b. Dalam arti luas

Administrasi adalah segala bentuk kerjasama untuk mencapai tujuan bersama yang telah ditetapkan sebelum melakukan kerjasama tercapai tujuannya.

Tujuan Administrasi

1. Untuk melayani suatu pekerjaan dengan menyediakan berbagai keterangan yang diperlukan.
2. Serta memudahkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan atau memungkinkan penyelesaian pekerjaan yang besangkutan secara lebih baik.

Ciri-ciri Administrasi

Selain mempunyai tujuan administrasi juga mempunyai ciri-ciri, yaitu:

1. Adanya sekelompok manusia
2. Adanya kerjasama dari kelompok manusia
3. Adanya bimbingan kepemimpinan dan pengawasan
4. Adanya tujuan dan teknik mencapai tujuan.

Fungsi Administrasi

Menurut fungsi dari pada administrasi, yaitu :

1. Administrasi Perencanaan

   Adalah perbuatan yang harus dikerjakan dengan cara mengerjakannya.
2. Administrasi Pengorganisasian

   Adalah rangkaian kegiatan menyusun suatu kerangka sebagai wadah bagi segenap kegiatan dan usaha kerja dengan jalan :

a. Membagi dan mengelompokkan pekerjaan-pekerjaan yang harus dilaksanakan.

b. Menyusun jalinan hubungan kerja diantara para petugas dan unit-unit tugas.

1. Organisasi Penggerakkan

   Adalah suatu usaha agar semua anggota kelompok pada perencanaan serta pelaksanaan tercapai dengan kesadaran dan berpedoman pada perencanaan serta usaha pengorganisasian.

2. Administrasi Pengawasan

   Adalah proses penentuan yang akan diselesaikan yang mengikuti pelaksanaan penilaian, pelaksanaan bila perlu melakukan penilaian korektif supaya pelaksanaan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan.

3. Administrasi Pengambilan Keputusan

   Adalah suatu keputusan yang diambil merupakan suatu pengakhiran dari proses pemikiran tentang masalah yang dihadapi.

2.1.2.Definisi dan Teknik Pemasaran

Definisi dari Pemasaran adalah :

- Pelaksanaan kegiatan bisnis yang mengarahkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen / pemakai.

- Kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran.

Dari definisi tersebut dapat memberikan interpretasi bahwa didalam masyarakat terdapat berbagai macam kelompok, lembaga dan perorangan yang ingin memenuhi kebutuhannya.

Teknik pemasaran memiliki cara penyampaian hasil produksi dari produsen kepada konsumen. Pada umumnya teknik pemasaran memakai 2 (dua) metode, yaitu metode yang berorientasi pada produksi / barang, dan metode yang berorientasi pada konsumen / pemakai.

Adapun metode-metode tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

a. Metode yang berorientasi pada produk atau barang

Dalam metode ini menjelaskan bagaimana cara staf bagian pemasaran memberitahu konsumen agar dapat mengetahui, mengerti dan tertarik akan produk yang dipromosikan.

Adapun teknik promosi ini adalah sebagai berikut :

- Spanduk

Media spanduk ini efektif jika ditempatkan di lokasi yang memiliki kepadatan lalu lintas yang cukup tinggi. Penempatan spanduk harus diperhitungkan, agar dapat terlihat dengan mudah oleh masyarakat. Selain itu desain spanduk harus menarik perhatian masyarakat.

- Billboard / baliho

  Media billboard / baliho ini memiliki persyaratan yang sesuai dengan spanduk dimana Penempatan billboard / baliho dan desainnya harus diperhitungkan agar dapat terlihat dan membuat tertarik konsumen. Di Indonesia kedua teknik promosi ini (spanduk dan billboard / baliho) harus mengajukan ijin terlebih dahulu kepada pemerintah daerah setempat.

- Iklan media massa

  Teknik promosi melalui pemasangan iklan pada media massa merupakan cara yang paling efektif dalam memasarkan suatu produk atau barang kepada masyarakat. Apalagi dalam era informasi ini dimana umumnya akan semakin terlihat ketergantungan masyarakat pada media komunikasi dan informasi. Adapun media massa yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk / barang adalah :

  a. Televisi,
  b. Radio,
  c. Surat Kabar / Majalah / Tabloid.

  Pada ketiga media promosi tersebut yang penting harus diperhatikan adalah desain iklan baik itu spot iklan untuk televisi, radio ataupun layout iklan surat kabar.

Pada akhir-akhir ini tampak semakin menjamur diselenggarakannya pameran-pameran yang khusus memamerkan suatu jenis produk, misal pameran komputer, pameran perumahan ataupun pameran peralatan rumah tangga. Dalam kesempatan ini produsen diberi kesempatan untuk memamerkan produknya dalam suatu pameran yang diorganisasikan secara proposional sehingga dapat memberi tahu kepada masyarakat dalam hal ini calon konsumen mengenai segala sesuatu tentang produknya.

a. Metode yang berorientasi pada konsumen / pemakai

Metode ini bertujuan mempersempit jenis konsumen yang akan dituju untuk memasarkan produk perusahaan. Staf bagian pemasaran terlebih dahulu menganalisa jenis konsumen seperti apa yang cocok dengan produk yang akan dipasarkan. Contohnya bidang perumahan yang diselenggarakan oleh developer tidak ditujukan untuk masyarakat umum terlebih dahulu, melainkan upaya pemasaran ditujukan kepada instansi-instansi misalnya instansi pemerintah atau instansi pendidikan.

2.2. Pengertian Organisasi

Dalam kehidupan bermasyarakat, setiap orang dalam mengerjakan suatu kegiatan atau pekerjaan dapat dilakukan dengan jalan sendiri-sendiri atau dapat juga dilakukan secara bersama-sama dalam mencapai tujuan. Untuk pencapaian

tujuan dalam bentuk kerjasama berdasarkan ketentuan-ketentuan yang telah dicapai bersama dalam bentuk kerjasama disebut "Organisasi"

Arti organisasi itu sendiri adalah suatu sistem usaha kerjasama daripada sekelompok orang untuk mencapai tujuan yang sama.

Sasaran dan tujuan organisasi adalah untuk mendapatkan sesuatu bentuk kerjasama yang berguna bagi manajemen, sedangkan tujuan daripada organisasi adalah agar manajemen dapat berhasil secara efektif dan efisien.

Pada hakekatnya organisasi pun mempunyai tujuh prinsip daripada organisasi, yaitu :

1. Kesatuan arah
2. Kesatuan perintah
3. Tujuan yang jelas
4. Pembagian tugas
5. Adanya struktur organisasi
6. Adanya kerjasama
7. Pola yang permanen

Untuk itu perlunya organisasi, yaitu :

a. Untuk mempermudah pelaksanaan pekerjaan
b. Membagi-bagi kegiatan ke dalam bagian-bagian khusus
c. Mempermudah pengawasan oleh pihak atasan
d. Mencegah kegiatan-kegiatan yang bertumpuk-tumpuk.