BAB III

PELAKSANAAN KULIAH KERJA PRAKTEK

UNIKOM

3.1 Bidang Pelaksanaan kerja praktek

Adapun bidang pelaksanaan kerja praktek yang penulis laksanakan adalah pada bagian administrasi pemasaran tepatnya dalam pembuatan faktur tagihan, dimana faktur tagihan yang telah dibuat di bagian Administrasi pemasaran akan diserahkan ke bagian keuangan yang selanjutnya akan dilakukan penagihan kepada pihak costumer atau SBU lain.

Selama kurang lebih satu bulan terhitung mulai tanggal 2 agustus sampai 31 agustus 2004, penulis malaksanakan kerja praktek di PT. INTI di jl. Moch. Toha 77 Bandung pada bagian FNA pemasaran yang dalam pelaksanaannya dibantu oleh staff bagian pemasaran.

3.2 Teknis Pelaksanaan Kerja Praktek

Selama penulis melaksanakan kerja praktek di bagian FNA pemasaran PT. INTI, teknis pelaksanaan yang penulis gunakan adalah kuliah kerja praktek yang dilakukan selama 1 bulan terhitung mulai tanggal 2 agustus sampai 31 agustus 2004. Pada hari pertama kerja praktek penulis diperkenalkan kepada semua staff khususnya di bagian FNA pemasaran. Selanjutnya penulis diberikan pengarahan tentang pekerjaan-pekerjaan yang akan dilakukan oleh penulis selam 30 hari.

Pada hari-hari selanjutnya dengan hari terakhir penulis melakukan pekerjaan-pekerjaan yang dapat penulis kerjakan pada bagian FNA pemasaran yaitu :

1. Membantu dalam pembuatan faktur penagihan untuk diserahkan ke bagian keuangan. Faktur penagihan tersebut dibuat berdasarkan kontrak yang telah disepakati sebelumnya.
2. Menyusun bon-bon atau kwitansi berkas perjalanan dinas karyawan sesuai dengan klasifikasinya.

3.3 Hasil Pelaksanaan Kerja Praktek

3.3.1 Tahap-tahap pengembangan produk yang dilakukan PT. INTI

Dalam melaksanakan pengembangan produk biasanya terlebih dahulu melalui beberapa tahapan, dimana setiap tahapan antara yang satu dengan yang lain saling berkaitan. Dalam pelaksanaan tahapan memerlukan perhatian dan penanganan secara baik dan teliti, sebab dalam setiap tahapan ini akan diseleksi yang akan menentukan berhasil atau tidaknya suatu pengembangan produk yang dijalankan oleh PT. INTI.

Pada PT. INTI ini, pelaksanaan pengembangan produk juga memerlukan beberapa tahapan. Adapun tahap-tahap pengembangan produk yang dilakukan oleh PT. INTI adalah sebagai berikut :

1. Survei pasar : Tantangan yang dihadapi perusahaan saat ini adalah bagaimana membangun dan mempertahankan usaha yang sehat dalam pasar dan lingkungan usaha yang cepat berubah. Dalam hal ini, PT. INTI mencari pasar sasaran yang kebutuhannya dapat dipenuhi oleh produk yang dikembangkan

oleh PT. INTI yaitu produk yang menggunakan sistem **NGN** (*Next Generation Network*). Survei pasar bertujuan untuk mengumpulkan unformasi yang penting mengenai lingkungan pemasaran, dengan melakukan survei pasar diharapkan dapat meningkatkan kinerja unit usaha.

2. Kajian bisnis : Setelah melakukan survei pasar PT. INTI melakukan pengkajian dari hasil survei pasar tersebut, misal ; banyaknya kebutuhan yang diperlukan oleh konsumen. Kajian bisnis bertujuan untuk memenuhi serta memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan sasaran, pemasar bisnis harus mengkaji secara periodik asumsi atas peran dan pengaruh konsumen.
3. Pencarian mitra : Pencarian mitra sangat mempengaruhi perusahaan dalam mencapai tujuan, oleh karena itu PT. INTI mempunyai pemikiran yang kreatif dalam menemukan mitra usaha yang akan melengkapi kekuatan dan menutupi kelemahan perusahaan apabila pencarian mitra usaha tersebut dikelola dengan baik akan memungkinkan PT. INTI untuk mencapai penjualan yang lebih tinggi dengan biaya yang lebih rendah.
4. Pelaksanaan litbang : Departemen litbang akan mengembangkan satu atau beberapa versi fisik dari konsep produk itu. Tujuannya adalah menemukan suatu prototype yang diyakini konsumen tergantung atribut-atribut penting yang dijelaskan dalam pernyataan konsep produk, yang berkinerja dengan aman dalam penggunaan dan kondisi normal, dan dapat diproduksi sesuai dengan biaya manufaktur yang dianggarkan.

5. Produksi : Dalam pengelolaan produk yang menggunakan sistem **NGN** (*Next Generation Network*), PT. INTI menggunakan hard ware (perangkat keras) dan soft ware (perangkat lunak) sebagai bagain dari operasional.

3.3.2 Faktor-faktor yang mendorong pengembangan produk pada PT. INTI

PT. INTI dalam memasarkan produk yang dihasilkan tidak dapat mengandalkan produk yang sudah ada, untuk itu PT. INTI melaksanakan pengembangan produk dimana selalu berusaha menyesuaikan diri dengan keinginan dan kebutuhan konsumen dengan menghasilkan produk yang berkualitas tinggi. Mereka percaya bahwa dengan mutu produk yang baik akan dapat menyerap perhatian konsumen yang mengakibatkan meningkatnya hasil penjualan.

Beberapa faktor yang diperhatikan oleh perusahaan dalam melaksanakan pengembangan produk agar dapat mencapai hasil yang maksimal, diantaranya adalah :

1. Adanya perubahan selera konsumen : Dengan adanya peningkatan pendapatan konsumen, maka akan meningkat pula kebutuhan dan keinginan yang hendak dicapai oleh konsumen. Dalam hal ini akan mengakibatkan permintaan terhadap produk yang berkaitanpun semakin meningkat. Untuk mengantisipasi hal diatas, PT. INTI mengadakan terobosan baru dengan cara pengembangan terhadap produk yang dihasilkan, adapun cara pengembangan yang dilakukan adalah dengan penambahan featurs yang diinginkan atau dibutuhkan oleh konsumen pada produk yang dihasilkan.

2. Kemajuan teknologi : Teknologi dan ilmu pengetahuan yang dimiliki manusia dari waktu ke waktu mengalami kemajuan yang pesat, sehingga memberikan berbagai dampak dalam kehidupan sekarang ini. Dengan semakin majunya teknologi, perusahaan semakin lebih cepat memproduksi dan kualitas yang dihasilkan semakin baik. Dalam hal ini dialami PT. INTI pada produk yang dihasilkan pada awalnya hanya memproduksi telepon yang hanya dapat berkomunikasi dengan berbicara dan mendengarkan suaranya saja. Dengan adanya kemajuan teknologi, serta banyaknya permintaan akan produk yang dihasilkan, maka PT. INTI mengembangkan produk tersebut menjadi produk yang menggunakan sistem **NGN** (*Next Generation Network*) yaitu Generasi yang akan datang dimana dalam berkomunikasi selain berbicara dan mendengarkan, kita juga dapat melihat gambar lawan bicara kita dengan adanya kemajuan teknologi dalam sistem Internet.
3. Adanya persaingan : Banyaknya telepon yang dibutuhkan masyarakat dalam penyampaian informasi yang cepat, membuat banyak pihak atau perusahaan tertarik untuk memproduksinya. Banyaknya perusahaan yang ingin memproduksi produk yang menggunakan sistem **NGN** (*Next Generation Network*) mengakibatkan PT. INTI mengalami persaingan yang cukup ketat. Persaingan yang terjadi dibidang telekomunikasi mengakibatkan perusahaan perlu untuk mengerahkan kemampuannya agar penjualan yang terjadi sebelumnya dapat dipertahankan atau bahkan dapat ditingkatkan. Adapun salah satu jalan yang ditempuh oleh PT. INTI dalam menghadapi persaingan sehat ini adalah dengan pengembangan produk.

4. Adanya keinginan perusahaan untuk meningkatkan pasar dan meningkatkan laba : Dengan adanya produk baru yang dihasilkan pada pelaksanaan produk diharapkan produk tersebut mampu bersaing dan akan semakin dikenal luas oleh konsumen, sehingga perusahaan dapat melakukan perluasan pasar.

3.3.3 Faktor-faktor yang menghambat pengembangan produk pada PT.INTI

Dalam pengembangan produk yang dilakukan oleh PT. INTI tidak akan lepas dari hambatan-hambatan yang dapat mempengaruhi dalam proses produksinya.

Adapun hambatan-hambatan dalam proses produksi dalam pengembangan produk diantaranya adalah :

1. Harga terhadap pesaing : PT. INTI harus memutuskan harga dan potongan harga, penyisihan dan persyaratan kredit. Harga produk yang menggunakan sistem **NGN** (*Next Generation Network*) harus sebanding dengan penawaran nilai kepada pelanggan. Jika tidak, pembeli akan berpaling ke produk pesaing.
2. Hubungan baik dengan konsumennya : Hambatan dalam pengembangan produk yang menggunakan sistem **NGN** (*Next Generation Network*) adalah bagaimana perusahaan dalam melakukan hubungan baik dengan konsumen, dimana setiap orang dalam perusahaan bertujuan untuk menyenangkan pelanggan. Karyawan perusahaan harus diubah untuk menjalankan orientasi pelanggan yang kuat. Dalam hal ini, selain memahami harapan pelanggan, kesan kinerja perusahaan dan kepuasan pelanggan.

3. Spesifikasi teknis : Semakin pesatnya kemajuan teknologi maka perusahaan harus memperhatikan dengan teliti agar tidak tersaingi dengan produk lain yang dikeluarkan oleh perusahaan pesaing.