BAB III

PELAKSANAAN KULIAH KERJA PRAKTEK

UNIT PELAKSANA TEKNIS PERPUSTAKAAN UNIKOM

3.1 Bidang Pelaksanaan Kuliah Kerja Praktek

Bidang Pelaksanaan kuliah kerja Praktek ini di maksudkan untuk mengetahui aktivitas atau kegiatan Promosi yang dilakukan **Surat Kabar Mingguan BOM** , yang bergerak dalam bidang media cetak. Bidang pelaksanaan Kerja Praktek ini, Penulis di tempatkan di bagian Pemasaran, dimana dalam pelaksanaan tersebut penulis di berikan pengarahan dan bimbingan mengenai kegiatan dalam melaksanakan **Strategi Promosi Penjualan** di bagian Pemasaran **SKM BOM**.

3.2 Teknis Pelaksanaan Kerja Praktek

Dalam melaksanakan Kuliah Kerja praktek di bagian pemasaran SKM BOM. Teknis pelaksanaan yang digunakan oleh penulis adalah:

1. **Studi Lapangan**

   Studi lapangan yaitu teknik pengumpulan data berdasarkan pengamatan langsung di SKM BOM, yang dilakukan dengan cara:

   a. **Daily Release**

      Yaitu Kuliah Kerja Praktek dilakukan setiap kerja selama satu bulan terhitung mulai tanggal 02 Agustus 2003 sampai dengan tanggal 31 Agustus 2003 dengan melaksanakan tugas – tugas yang diberikan kepada penulis.

b. **Observasi (Penelitian)**

Penulis Mengadakan Penelitian dan pengamatan guna mengumpulkan data yang bersangkutan dengan masalah yang dibahas dari perusahaan.

c. **Interview (Wawancara)**

Yaitu pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab lansung dengan pihak yang ada hubungannya langsung dengan objek yang diteliti.

2. **Studi Kepustakaan**

Yaitu pengumpulan data yang diperoleh dari studi kepustakaan dengan menggunakan Literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dengan cara mempelajari, membaca buku-buku dan catatan – catatan kuliah.

3.3 Hasil Kerja Praktek

3.3.1 Pelaksanaan Strategi Promosi Penjualan Pada Surat Kabar Mingguaan BOM

Pengertian pelaksanaan adalah menentukan prosedur pengambilan keputusan dan cara mengorganisasikannya sehingga rencana tersebut dapat di laksanakan, sedangkan strategi adalah keseluruhan tindakan-tindakan yang di tempuh oleh sebuah organisasi untuk mencapai sasarannya. Promosi adalah sinonim dengan penjualan maksudnya adalah memberikan informasi kepada konsumen, menghimbau, dan mempengaruhi khalayak ramai serta promosi merupakan bumbu pokok dalam persaingan non harga sehingga menjadi unsur pokok dalam pemasaran modern.

Dalam melaksanakan perencanaan strategi promosi penjualan satu produk, keputusan yang pokok adalah tentang sifat perpaduan promosi yang mungkin paling efektif khususnya untuk iklan, kewiraniagaan, promosi konsumen, juga kegiatan promosi dapat digabungkan menjadi suatu perpaduan penjualan yang paling efektif.

Titik awal dalam merencanakan pelaksanaan strategi promosi penjualan yang efektif adalah dengan terlebih dahulu menentukan pasar sasaran seperti menentukan lokasi pelanggan potensial, dan langkah selanjutnya adalah dengan mempertimbangkan faktor-faktor dasar yang mendasari promosi penjualan, setelah itu baru dicari alternatif-alternatif untuk dapat mencapai pasar sasaran secara efektif.

Pelaksanaan strategi promosi Surat Kabaar Mingguan BOM dilakukan dengan hal-hal berikut secara efektif :

- Memperkenalkan Surat Kabar Mingguaan BOM kepada masyarakat yaitu dengan cara memasang spanduk yang dipasang di berbagai Kota dengan bunyai: **"WASPADA !!! BOM MASUK KOTA ANDA !".** pada baris bawah terdapat tulisan yang ditulis dengan huruf kecil :"Terbit Setiap Hari Senin". Strategi tersebut digunakan agar masyarakat penasaran dan diharapkan dapat tertarik untuk membeli dan membaca Surat Kabar Mingguan BOM.
- Memperkenalkan Surat Kabar Mingguan BOM dengan cara memasang iklan di Harian Metro Bandung setiap hari senin dengan menggunakan sistem kontrak. Dengan adanya iklan tersebut diharapkan akan meningkatkan penjualan Surat Kabar Mingguan Bom.

- Memperkenalkan Surat Kabar Mingguan BOM dengan cara memberikan koran gratis ke setiap rumah sebanyak empat penerbitan awal atau selama jangka waktu satu bulan.
- Bekerja sama dengan rumah makan - rumah makan sepanjang jalan raya Cipanas agar tempat-tempat tersebut menyediakan Surat Kabar Mingguan BOM untuk menjadi bahan bacaan para pengunjung dan pengadaan surat kabarnya disediakan oleh Surat Kabar Mingguan BOM.

Pihak manajemen melaksanakan strategi promosi penjualan Surat Kabar Mingguan BOM melalui tahapan-tahapan sebagai berikut :

1. Menentukan Daerah Potensial

Pihak perusahaan menentukan daerah potensial dengan mempertimbangkan. jumlah pelanggan potensial. Dalam hal ini, pihak perusahaan menentukan lokasi-lokasi yang dapat dengan mudah dijangkau konsumen dan lokasi dimana penduduknya yang merupakan konsumen potensial cukup tinggi. Lokasi-lokasi yang dipilih yaitu yang letaknya sulit atau tidak dijangkau oleh surat kabar atau koran-koran yang tergolong sudah mapan serta lokasi-lokasi yang potensial lokasi-lokasi tersebut adalah :

a. Jawa Barat terdiri dari :

- Bandung (Kabupaten)
- Sumedang
- Garut
- Tasikmalaya (Kota/Kabupaten)

- Ciamis
- Banjar
- Kuningan
- Majalengka
- Cirebon (Kota/Kabupaten)
- Indramayu
- Subang
- Karawang
- Purwakarta

b. DKI Jaya terdiri dari :

- Jakarta Pusat
- Jakarta Barat
- Jakarta Selatan

c. Banten terdiri dari :

- Tangerang
- Serang
- Lebak Cilegon

2. Mempertimbangkan Faktor-faktor Dasar

Tahap selanjutnya adalah dengan menentukan faktor-faktor dasar yang mendasari pemilihan promosi penjualan yang disesuaikan dengan tujuan perusahaan secara keseluruhan dipengaruhi faktor-faktor sebagai berikut :

-Faktor Pasar

Surat Kabar Mingguan BOM berusaha untuk mancapai pasar konsumen, jumlah pelanggan potensial relatif banyak, dan pasar yang dituju berpenduduk banyak serta daerah yang belum atau tidak tersentuh surat kabar lain yang telah mapan.

-Faktor Perusahaan

Surat Kabar Mingguan BOM mempunyai kondisi keuangan yang tidak begitu kuat serta sumber daya yang kurang memadai sehingga strategi promosi yang dilakukan adalah strategi promosi yang diusahakan sesuai dengan kondisi perusahaan yang ada artinya tidak mengeluarkan biaya yang banyak namun tetap efektif dalam melakukan strategi promosi.

3. **Menentukan Pasar**

Di dalam menentukan pasar, Surat Kabar Mingguan BOM telah menempatkan diri pada pasar konsumen atau masyarakat yang memiliki tingkat ekonomi menengah ke bawah.

3.3.2 Masalah yang dihadapi dalam Pelaksanaan Strategi Promosi Penjualan Pada Surat Kabar Mingguan BOM

Hambatan yang dihadapi oleh surat kabar mingguan (SKM) BOM dalam Pelaksanaan Strategi Promosi Penjualan adalah:

1. Promosi koran gratis yang diberikan selama empat penerbitan ternyata tidak sesuai dengan yang diharapkan, Promosi koran gratis itu biasanya

dilakukan di berbagai perumahan , hanya satu atau dua orang saja yang bersedia berlangganan sisanya menolak dengan alasan telah berlangganan koran lain.

2. Promosi yang dilakukan oleh surat kabar Mingguan (SKM) BOM dengan memasang iklan masih kurang efektif dan dirasa masih kurang memberikan dampak baagi peningkatan penjualan.
3. Terbatasnya Sumber daya manusia yang memiliki kinerja dan pengalaman yang baik sehingga dapat mempengaruhi terhadap kelancaran dan ketepatan dalam setiap penyelesaian tugas.

3.3.3 Pemecahan Masalah Dalam Pelaksanaan Strategi Promosi Penjualan Pada Surat Kabar Mingguan BOM Bandung

Dalam mengatasi hambatan-hambatan dalam pelaksanaan strategi promosi penjualan Surat Kabaar Mingguan BOM adalah sebagai berikut :

1. promosi yang dilakukan dengan cara memberi koran secara gratis selama empat kali penerbitan di daerah perumahan ternyata tidak efektif dikarenakan alasan bahwa para penghuni sudah berlangganan koran lain maka Surat Kabar Mingguan BOM melakukan promosi didaerah-daerah yang tidak tersentuh oleh koran lain yang sudah mapan tersebut dan tidak difokuskan kedaerah perumahan lagi. Dengan strategi ini diharapkan penjualan surat kabar akan meningkat.

2. Surat Kabar Mingguan BOM menggencarkan promosi mereka dengan memasang iklan pada surat kabar lain yang sudah lebih senior dan mapan yang dianggap oplah penjualannya tinggi dan pembacanya yang banyak diharapkan agar masyarakat mengetahui keberadaan Surat Kabar Mingguan BOM.
3. untuk meningkatkan Sumber Daya Manusianya maka diberikan pelatihan pada karyawan dengan materi pelatihan yang memadai dan berkualitas, juga memberikan fasilitas pada karyawan agar karyawan betah bekerja misalnya memasang AC di ruangan kerja. Selain itu perusahaan juga akan memberikan sangsi yang tegas pada karyawan yang lalai dalam melakukan tugasnya misalnya dengan melakukan pemotongan gaji atau juga seberat-beratnya yaitu dengan pemutusan hubungan kerja (PHK).