BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Praktek Kerja

Untuk mencapai sasaran jangka panjang, pembangunan nasional dititik beratkan pada sektor perekonomian. Adapun untuk mensukseskan usaha pembangunan perekonomian tersebut adalah partisipasi, dukungan dan peranan dari berbagai perusahaan sebagai organisasi yang melakukan pengelolaan perekonomian. Dimana dengan menghasilkan barang dan jasa melalui penggunaan dan pengkoordiniran sumber-sumber ekonomi, upaya pemenuhan dan pemuasan kebutuhan perekonomian diharapkan dapat tercapai.

Untuk mendapatkan hasil yang terbaik, maka dibutuhkan beberapa aspek penunjang keberhasilan perusahaan. Salah satu aspek penunjang keberhasilan suatu tersebut ialah pemasaran (*marketing*). Pemasaran sendiri memiliki pengertian sebuah proses untuk memberikan kepuasan konsumen. Jadi segala sesuatu yang berhubungan dengan pemuasan kebutuhan dan keinginan konsumen merupakan bagian dari pemasaran (*marketing*). Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran (*marketing*). Mulai dari pemenuhan produk (*product*), penetapan harga (*price*), pengiriman barang (*distribution*) dan mempromosikan barang (*promotion*) jadi, pemasaran (*marketing*) adalah sebuah proses seni yang berusaha untuk membuat konsumen puas. Jadi tujuan utama bukanlah penjualan itu sendiri (*sales oriented*), akan tetapi lebih kepada pemenuhan kebutuhan manusia yang paling mendasar.

Namun mengapa di Indonesia, pemasaran (*marketing*) dianggap rendah? Tidak lain karena perilaku beberapa oknum yang tidak mengerti arti penting marketing itu sendiri. Maka dari itu suatu peruahaan harus lebih memperhatikan sistem pemasaran produknya, agar omset penjualannya dapat meningkat.

Seiring dengan perkembangan perusahaan-perusahaan di indonesia yang semakin cepat, setiap perusahaan senantiasa harus dapat memuaskan prosuknya dengan cara-cara yang unik dan efektif, karena kecenderungan pada saat sekarang, para pesaing akan mengikuti program pemasaran yang dijalankan oleh perusahaan lain yang telah berhasil meningkatkan pendapatan yang tinggi sehingga program pemasaran yang dilaksanakan tidak lagi unik dan cenderung mengikuti program pemasaran yang telah ada. Akibatnya program pemasaran tersebut tidak dapat menarik perhatian konsumen.

CV. Purita Jaya merupakan perusahaan perseorangan yang bergerak di bidang jasareparasiperbaikanmaupunpenjualan Air Conditioner (AC). Seperti perusahaan lain CV. Purita Jaya juga memiliki sistem pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk/jasa sesuai dengan minat konsumen. Dalam melaksanakan kegiatan operasional pemasarannya, CV. Purita Jaya dibantu oleh pegawai yang memiliki keahlian di bidangnya. Keberadaan pegawai atau karyawan pada suatu perusahaan akan mempengaruhi kinerja perusahaan terutama dalam pelayanan pemasaran (marketing) kepada konsumen.

Pemasaran merupakan salah satu cara yang dapat dijalankan memasarkan produk kepada konsumen yang dapat dirancang secara unik dan berbeda untuk

mendapatkan perhatian yang lebih baik dari konsumen. Pemasaran yang terdapat pada CV. Puritajaya, berbentuk pemasaran yang sepihak,karenatidak ada timbal balik dari konsumen dan pemasaran tersebut tidak habis dalam jangka waktu yang cukup lama.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis akan membahas lebih lanjut mengenai pemasaran yang dilaksanakan oleh CV. Purita Jaya dalam bentuk Laporan KerjaPraktek dengan judul "**PELAKSANAAN PEMASARANJASAREPARASI DI CV. PURITA JAYA, CIMAHI".**

1.2 Tujuan Praktek Kerja

Tujuan dari penulisan laporan praktek kerja ini selain sebagai bahan perbandingan antara teori yang didapat selama perkuliahan dengan apa yang diperoleh di tempat kerja yang bertujuan :

1. Untuk mengetahuikegiatanpemasaranjasareparasi ACCV. Purita Jaya.
2. Untuk mengetahui waktu proses pemasaran jasa di CV. Purita Jaya.
3. Untuk mengetahui hambatan-hambatan yang dihadapi dalam proses pemasaranjasareparasi acdi CV. Purita Jaya.
4. Untuk mengetahui upaya-upaya yang dilakukan untuk mengatasi hambatan-hambatan dalam prosedur pemasaran jasa di CV. Purita Jaya.

1.3 Kegunaaan Praktek Kerja

Untuk meningkatkan kemampuan proposional penulis dalam bidang bisnis khususnya pemasaran

1.4 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan PKL

Laporan yang telah dibuat oleh penulis ini adalah merupakan hasil dari praktek kerja lapangan yang dilaksanakan pada CV. Purita Jaya pada, yang berlokasi di Jl. Kalapa no. 42 Komplek Telkom, Cimahi, yang dilaksanakan pada awal bulan Juli sampai dengan akhir Agustus 2011 dari tanggal 1 Juli sampai dengan 1 Agustus 2011. Dari hari Senin sampai jum’at, dengan jam kerja mulai pukul 08.00 WIB sampai dengan 16.00 WIB.