BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Menuju era globalisasi saat ini persaingan bisnis di Indonesia semakin terasa ketat.Kenyataan tersebut dapat terlihat dari banyaknya usaha pemasaran yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan yang ada untuk mendapatkan hasil penjualan yang setinggi-tingginya, memperoleh pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada banyak sekali usaha-usaha yang dapat dilakukan. Kunci dalam memenangkan persaingan global adalah fokus pada pelanggan. Setiap perusahaan hidup dari pelanggan, karena itu pelanggan merupakan satu-satunya alasan keberadaan sebuah perusahaan (Fandy Tjiptono, 2000 : 1).

PT Pikiran Rakyat adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang informasi berbentuk surat kabar harian umum Pikiran Rakyat, merupakan salah satu dari sekian banyak perusahaan yang berusaha untuk memimpin pasar khusus nya di Jawa Barat. Banyaknya pesaing, baik pesaing langsung seperti : Kompas, Media Indonesia, Suara Pembaharuan, maupun pesaing tidak langsung : media televisi, radio, internet dan majalah menuntut perusahaan untuk menerapkan kiat pemasaran yang tepat.

Salah satu cara yang dilakukan PT Pikiran Rakyat dalam rangka menjalin hubungan dengan pelanggan adalah dengan adanya rubrik iklan.Dimana pada rubrik ini perusahaan menyediakan kolom bagi pelanggan yang ingin

mempromosikan barang, jasa, atau lain sebagainya untuk di tampilkan di harian umum Pikiran Rakyat. Misalnya seseorang yang ingin menjual mobil,agar informasi mobil itu akan dijual dapat diketahui oleh khalayak ramai, maka orang itu dapat mengiklankan data mobil nya yang kemudian akan di tampilkan di rubrik iklan.Dengan begitu informasi mobil itu akan meluas di seluruh jawa barat.

Perusahaan merasa dengan adanya hubungan secara langsung dengan pelanggan seperti itu dapat menaikkan profit per bulan nya.Karena bukan tidak mungkin dengan adanya rubrk iklan, pelanggan akan membeli harian umum ini untuk mencari informasi barang, jasa, atau lain sebagainya yang di butuhkan dan juga keuntungan untuk orang yang mengiklan kan barang, jasa, atau lain sebagainya karena informasinya menyebar se-Jawa Barat.

Dalam prosedur persetujuan komisi iklan yang ada pada PT Pikiran Rakyat pada subsistem iklan yang sedang berjalan masih perlu dilakukan pengembangan sistem. . Dimana “pengembangan sistem (*systems development*) dapat berarti menyusun suatu sistem yang baru untuk menggantikan sistem yang lama secara keseluruhan atau memperbaiki sistem yang telah ada”. (Jogiyanto, 2005:35).Pengembangan sistem dilakukan mengingat adanya volume pengolahan data yang semakin meningkat dan mengatasi adanya ketidak beresan pada sistem agar dapat beroperasi dengan baik sesuai yang di harapkan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Praktek

1.2.1 Maksud Kerja Praktek

Maksud diadakannya kerja praktek ini adalah untuk menganalisa sistem komisi iklan yang sedang berjalan di PT Pikiran Rakyat.

1.2.2 Tujuan Kerja Praktek

Adapun tujuan dilakukannya kerja praktek ini adalah :

1. Untuk mengetahui sistem komisi iklan di PT Pikiran Rakyat.
2. Sebagai acuan bagi pengembangan sistem selanjutnya.

1.3 Sistem Pelaksanaan Kerja Praktek

Kerja Praktek di laksanakan di PT Pikiran Rakyat yang beralamat di Jl. Asia Afrika No. 77 Bandung. Kerja Praktek dilaksanakan selama 1 bulan mulai tanggal 3 Agustus 2006 sampai dengan 3 September 2006. Dalam pelaksanaan kerja praktek ini, penulis tidak terikat oleh waktu. Pada hari pertama penulis diberikan penjelasan mengenai tugas yang harus dikerjakan selama kerja praktek dan tugas tersebut dapat diselesaikan di perusahaan atau di rumah dalam jangka waktu 1 bulan. Jika penulis mendapat kesulitan dalam proses penyelesaian tugas yang diberikan, maka penulis dapat menghubungi pembimbing di PT Pikiran Rakyat dengan datang langsung ke perusahaan atau lewat telepon. Setelah menyelesaikan tugas yang diberikan, maka penulis melaporkan hasil pekerjaan kepada pembimbing perusahaan untuk disetujui. Dan kemudian hasil pekerjaan yang telah

disetujui, harus dibuat dalam bentuk laporan sesuai dengan format laporan kerja praktek ini.

1.4 Sistematika Pelaporan Kerja Praktek

Untuk memudahkan pembahasan dalam laporan ini, maka di gambarkan secara umum dari tiap-tiap bab sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang kerja praktek, maksud dan tujuan kerja praktek, sistem pelaksanaan kerja praktek, dan sistematika pelaporan kerja praktek.

BAB II RUANG LINGKUP PERUSAHAAN

Bab ini memberikan informasi umum tentang perusahaan yaitu mengenai sejarah perusahaan, tempat dan kedudukan perusahaan, bentuk dan badan hukum perusahaan, bidang pekerjaan perusahaan, dan bidang pekerjaan divisi/departemen tempat kerja praktek

BAB III KEGIATAN SELAMA KERJA PRAKTEK

Bab ini menjelaskan tentang jadwal kerja praktek, cara/teknik kerja praktek, dan mencantumkan data kerja praktek

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisikan kesimpulan yang didapat dari kerja praktek dan juga saran-saran bagi para pembaca.