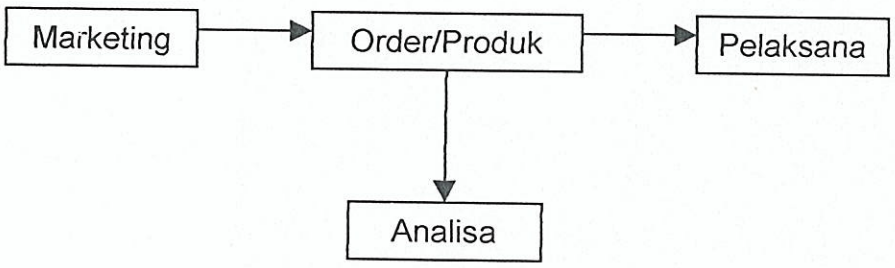
BAB III

PELAKSANAAN KULIAH KERJA PRAKTEK

3.1. Bidang Pelaksanaan Kerja Praktek.

Lingkungannya adalah :



Marketing.

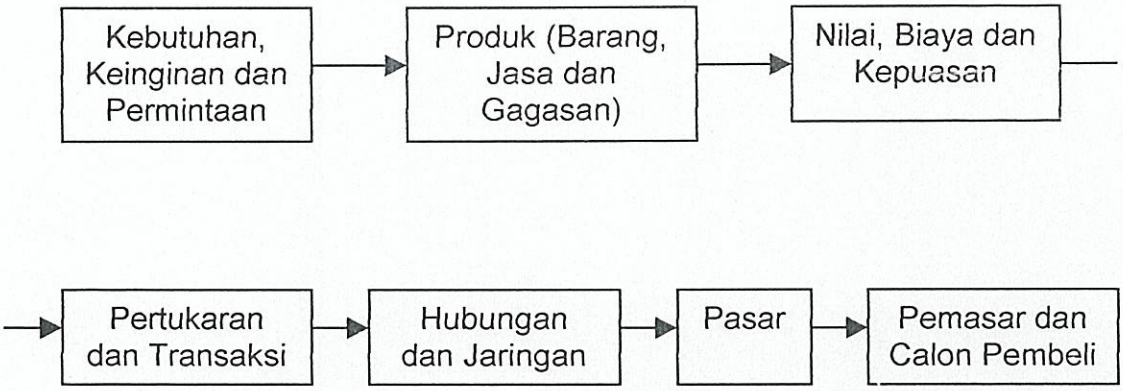
Mengingat definisi pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Sedangkan definisi pemasaran ini bersandar pada konsep inti berikut :

- kebutuhan *(needs)*
- Keinginan *(wants)*
- Permintaan *(demands)*
- Produk (barang, jasa dan gagasan)
- Nilai biaya dan kepuasan
- Pertukaran dan transaksi
- Hubungan dan jaringan

- Pasar
- Pemasaran dan prospek

Konsep-konsep ini digambarkan sebagai berikut :



Di dalam pemasaran seorang marketing harus dapat menilai kepuasan para pelanggannya. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

Bila : Kinerja / Realita < Harapan ⟶ Pelanggan tidak puas

Kinerja / Realita = Harapan ⟶ Pelanggan puas

Kinerja / Realita > Harapan ⟶ Pelanggan sangat puas

Dengan demikian maka pada bagian marketing harus dapat menilai kejadian-kejadian tersebut.

Konsep pemasaran maka perusahaan harus berorientasi pada kebutuhan dan keinginan konsumen yaitu :

a. Menentukan kebutuhan pokok dari pembeli yang akan dilayani.
b. Memilih kelompok pembeli tertentu sebagai sasaran penjualan.

c. Menentukan produk dan program pemasarannya.

d. Mengadakan penelitian konsumen

e. Menentukan strategi yang paling baik untuk menghadapi produk sejenis.

Oder / Produk.

Produk yaitu setiap apa saja yang dapat ditawarkan dipasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.

Pengembangan suatu produk harus didasari oleh pertimbangan adanya pembagian produk, yaitu ada 3 macam :

1. Produk inti *(Core Product)*

   Di sini diketahui apa sebenarnya yang dibutuhkan oleh kosumen. Setiap produk memiliki manfaat serta ciri-ciri tertentu. Dalam hal ini penjual harus dapat menjual manfaat tersebut dan bukan ciri-ciri produk.

2. Produk berwujud *(Tangible Product)*

   Perusahaan harus berusaha untuk mengubah produk ini menjadi produk berwujud.

3. Produk Tambahan *(Augmented Product)*

   Perusahaan harus dapat menawarkan manfaat dan pelayanan tambahan.

   Dalam produk tambahan ini terdapat 4 unsur :

   - Instalasi

- Jaminan
- Penyerahan dan kredit
- Pelayanan purna jual

Suatu pembungkusan dapat memegang peranan penting apabila produk itu merupakan benda yang kecil bentuknya. Terdapat 3 jenis kemasan /pembungkus :

1. Kemasan Primer

   Yaitu bungkus yang langsung menyentuh produk.

2. Kemasan Sekunder

   Adalah bahan yang melindungi kemasan primer

3. Kemasan Pengiriman.

   Yaitu kemasan yang diperlukan untuk menyimpan dan mengirim produk.

Analisa.

Dalam menentukan harga dan order yang diterima maka harus dianalisa keuntungan dan kerugian dalam menerima suatu order/produk. Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Suatu harga ditetapkan pada umumnya bertujuan untuk :

1. Meningkatkan penjualan
2. Mempertahankan dan memperbaiki market share
3. Menstabilkan tingkat harga
4. Mengembalikan inventasi

5. Mencapai laba maksimum.

Di dalam penetapan harga, perlu dipertimbangkan beberapa faktor yang turut berpengaruh, misalnya :

a. Harga dari sejenis atau produk pengganti dari para pesaing.
b. Kemampuan membeli dari masyarakat
c. Jangka waktu perputaran dana

Perusahaan seringkali melakukan modifikasi harga dasar untuk menyesuaikan perbedaan dalam pelanggan. Perbedaan harga yang dilakukan perusahaan ini disebut penetapan harga diskriminasi *(Discriminatory Pricing)* yang mencakup beberapa bentuk :

1. Menurut pelanggan *(Customer Basis)*

   Di sini beberapa pelanggan membayar jumlah yang berbeda untuk produk/jasa yang sama.

2. Menurut bentuk produk *(Product form Basis)*

   Beberapa jenis produk diberi harga yang berbeda tetapi tidak secara proposional pada biayanya.

3. Menurut tempat *(Place Basis)*

   Di sini, pada beberapa lokasi ditetapkan harga yang berbeda meskipun biaya penawaran disetiap lokasi itu sama.

4. Menurut Waktu *(Time Basis)*.

   Penetapan harga produk disini berubah-ubah menurut waktu.

Untuk berhasilnya diskriminasi harga, diperlukan beberapa kondisi :

- Pasar harus dapat disegmentasikan dan segmen tersebut harus memperlihatkan intensitas permintaaan yang berbeda.

- Anggota pangsa pasar yang membayar harga yang rendah harus tidak boleh berpaling dan menjual kembali produk itu pada pangsa pasar yang membayar harga tinggi.
- Pesaing tidak boleh menjual dibawah harga pada pangsa pasar yang dibebankan harga lebih tinggi.
- Biaya penetapan pangsa pasar dan penentuan kebijakan pasar haruslah tidak melebihi hasil ekstra yang diperoleh dari diskriminasi harga.
- Bentuk diskriminasi harga tertentu haruslah tidak dianggap bertentangan dengan hukum.

Di sini pola pemasaran jasa bersifat tersendiri, tidak dapat dipisah-pisahkan, sebab hubungan antara penjual dan pembeli jasa sangat pribadi. Karena distribusinya secara langsung maka perlu diperhatikan faktor-faktor :

- Lokasi kantor/tempat usaha.

  Agar dipilih lokasi yang strategis, mudah dijangkau pembeli.
- Tenaga penjual yang profesional.

  Wiraniaga atau tenaga penjual akan bertemu langsung dengan para pembeli. Seorang tenaga penjual yang baik harus mau dan mampu menyelidiki kebutuhan calon pembeli.

  Terdapat 6 syarat tenaga penjual (wiraniaga) yang sukses :

  1. Pengetahuan mengenai diri sendiri.
     - mencari kekuatan dan kelemahan dirinya
     - harus mendalami sifat misinya.

2. Pengetahuan mengenai produknya.
3. Pengetahuan mengenai calon pembeli
4. Pengetahuan mengenai teknik-teknik penjualan dan mau meningkatkan pengetahuannya itu.
5. Penuh dedikasi dan tanggung jawab.
6. Bersedia untuk bekerja keras.

Pelaksana.

Setelah dianalisa atas order tersebut maka diserahkan pada bagian pelaksana, untuk diproduksi dengan persetujuan atasan atau direktur/ pimpinan. Supaya tidak menyalahi prosedur kerja yang telah dibuat.

3.2. Teknik Pelaksanaan.

Di dalam pelaksanaan kerja praktek yang dilakukan penulis adalah penulis perlu menyusun atau mengurutkan dalam menghitung biaya-biaya yang akan dikeluarkan dengan memperhatikan faktor-faktor timbulnya biaya supaya mudah dan jelas. Urutannya yaitu :

1. Penghitungan bahan baku.

   Untuk memenuhi pesanan kosumen maka kita pertama-tama menghitung bahan baku yang akan digunakan dan biaya-biaya dalam proses produksinya.

2. Penentuan harga jual.

   Setelah selesai dalam penghitungan bahan dan biaya-biaya yang akan timbul, lalu berlanjut pada pengambilan keputusan dalam menentukan

harga jualnya. Dalam menentukan harga jual perlu melihat beberapa faktor, diantaranya :

- Faktor Intern, dan
- Faktor Ekstern.

Di mana faktor-faktor tersebut sangat mempengaruhi terhadap harga jual yang akan ditetapkan, sehingga dapat diterima/disetujui oleh pemesan. Dan setelah mendapatkan harga yang pantas maka kita mengajukan/menginformasikan harga tersebut pada pihak konsumen dan apabila suatu harga tersebut masih terlalu tinggi maka bagi pihak pemesan maka kita harus menekan biaya operasional yang timbul yaitu yang tadinya dimasukan kedalam biaya jadi tidak dianggap sebagai biaya karena sudah dimasukan kedalam suatu kelompok lain.

Berhubungan di percetakan Laras Cretion Design menggunkan 2 metode cara menentukan harga, yaitu :

1. Metode Penentuan Harga Jual Normal.
2. Metode Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus.

Di karenakan konsumen menginginkan harga yang dibawah standar maka akan dimasukan kedalam metode penentuan harga jual pesanan khusus dengan begitu pesanan dapat diproses/diproduksi.

Dan jika ada pesanan biasa atau standar maka akan dimasukan kedalam metode penentuan harga jual normal, jadi biaya-biaya yang timbul akan diperhitungkan masing-masing secara tersendiri.

3. Pembelian bahan atau pengadaan bahan.

Dalam pembelian bahan baku sebelumnya harus melihat dari perhitungan bahan dan disetujuinya harga jual pesanan tersebut dan mengingat dalam pengadaaan bahan memerlukan waktu pengiriman dan waktu produksi sangat perlu adanya penjadwalan dalam pembeliannya sehingga tidak terlambat atau terlalu cepat dalam pengiriman yang mengakibatkan berpengaruh pada kelancaran waktu produksi, dan jika terlalu cepat datangnya maka akan membutuhkan ruangan untuk menyimpan bahan dalam waktu yang lama sehingga akan mengakibatkan kerusakan dan bertambahnya biaya bahan dalam penyimpanan, mengingat bahan kertas yang mudah rusak maka dalam penyimpanan tidak boleh terlalu lama apalagi jika tempat penyimpanan tersebut lembab yang akan mengakibatkan tumbuhnya jamur pada kertas (bercak-bercak kuning).

Dan dalam pembelian bahan baku dalam suatu perusahaan dibebani tanggung jawab untuk mendapatkan kualitas dan kuantitas bahan baku pada saat dibutuhkan disertai dengan harga yang berlaku untuk fungsi ini penting sekali karena menyangkut investasi dana dalam persediaan dan kelancaran arus bahan baku ke dalam pabrik.

Maka disini penulis memperhitungkan kapan waktu produksi, kapan dalam pemesanan bahan baku dan kapan dalam pengirimannya.

3.3. Pembahasan Hasil Pelaksanaan Kuliah Kerja Praktek.

3.3.1. Proses Penentuan Harga Jual.

Dalam penentuan harga jual suatu produk itu melalui suatu proses yang sedemikian rupa, proses-proses yang dilaksanakan di percetakan Laras Creation Design yaitu :

1. Menentukan bahan baku yang akan dipakai, kita bertanya pada perusahan dagang kertas jenis bahan dan harga kertas dan untuk minta informasi tersebut tidaklah hanya bertanya pada satu perusahaan saja, karena perusahan dagang kertas berbeda-beda harganya antara perusahaan dagang kertas yang satu dengan yang lainnya. Dengan begitu maka akan mendapat harga kertas yang relatif lebih murah dengan kualitas yang sama, sehingga biaya bahan baku dapat ditekan.
2. Menentukan transportasi waktu pembelian bahan baku dan jangka waktu pengirimannya sehingga tidak akan terlalu lama dan cepat dalam pengirimannya, karena jika terlalu cepat dalam pembelian bahan baku maka akan menambah biaya penyimpanan digudang dan akan mengurangi kulitas kertas, mengingat sifat kertas mudah hancur bila tempat penyimpanannya lembab mengandung air apa lagi jika dimusim penghujan sifat kertas tersebut bila akan di cetak akan menempel antara satu sama lainnya sehingga perlu dijemur dan membutuhkan waktu yang panjang dan dalam proses pencetakan akan mengalami banyak kegagalan.

3. Penentuan lokasi pengiriman, dengan jarak yang semakin jauh pengiriman ke lokasi konsumen maka akan menambah biaya pengiriman dan akan mengalami resiko-resiko kemungkinan terjadinya sesuatu yang tidak dikehendaki yang akan berakibat lambatnnya dalam pengiriman.
4. Menentukan jasa cetak offset, karena semakin rumitnya desain yang dibuat maka semakin lama juga dalam proses mendesainnya, yang mana memerlukan ketelitian yang tinggi dalam mendesain jika salah kata ataupun yang lainnya akan berakibat fatal dan akan menambah biaya yang dikeluarkan, apa lagi kalau sudah masuk ke proses produksi akan semakin tinggi biaya yang dikeluarkan, untuk itu dalam proses desain dan pencetakan memerlukan ketelitian yang tinggi.
5. Menentukan biaya lain-lainnya, karena dengan menentukan biaya-biaya lainnya ini berfungsi untuk menjaga adanya biaya yang tak terduga dalam proses pembuatan suatu order.

3.3.2. Penentuan Harga Jual.

Di dalam menentukan harga jual ini penulis memerlukan data-data yang pasti dan melihat faktor-faktor, elemen-elemen yang berpengaruh dalam menentukan harga jual, dimana faktor dan elemen yang penulis perhatikan adalah :

- Faktor Intern
- Faktor Ekstern

Sedangkan elemen-elemennya yaitu :

- Harga bahan baku dan bahan pembantu
- Harga tenaga kerja
- Biaya umum dan biaya penjualan

Di sini yang dimaksud dengan harga bahan baku dan bahan pembantu yaitu jumlah seluruh bahan baku dan bahan pembantu yang digunakan dalam proses produksi suatu barang yang dikalikan dengan harga setiap satuannya.

Di mana bahan mentah dan bahan penambah ini mutlak diperlukan untuk membuat suatu barang yaitu melalui proses produksi.

Yang seringkali dalam melakukan pembelian bahan baku perusahaan tidak dilaksanakan dalam satu kali pembelian sekaligus, maka hal ini akan berakibat adanya bermacam-macam harga beli dan tentunya harga bahan yang masuk kedalam suatu proses produksi juga akan berbeda-beda.

Untuk ini perusahaan dapat menetapkan harga pemakaian bahan dengan jalan mengalikan jumlah harga dengan bahan yang akan diganti tetapi karena bahan yang digunakan tidak sama waktunya dimasukan kedalam proses produksi maka cara tersebut di rasa memberatkan konsumen, bila harga bahan dipasar terus menaik. Dan seballiknya bila harga bahan terus menerus menurun, maka penetapan harga bahan dengan jalan mengalikan jumlah bahan dengan harga ganti akan menguntungkan konsumen , tetapi akan merugikan perusahaan. Dalam hal ini dapat dipilih beberapa alternatif penetapan harga bahan, yaitu :

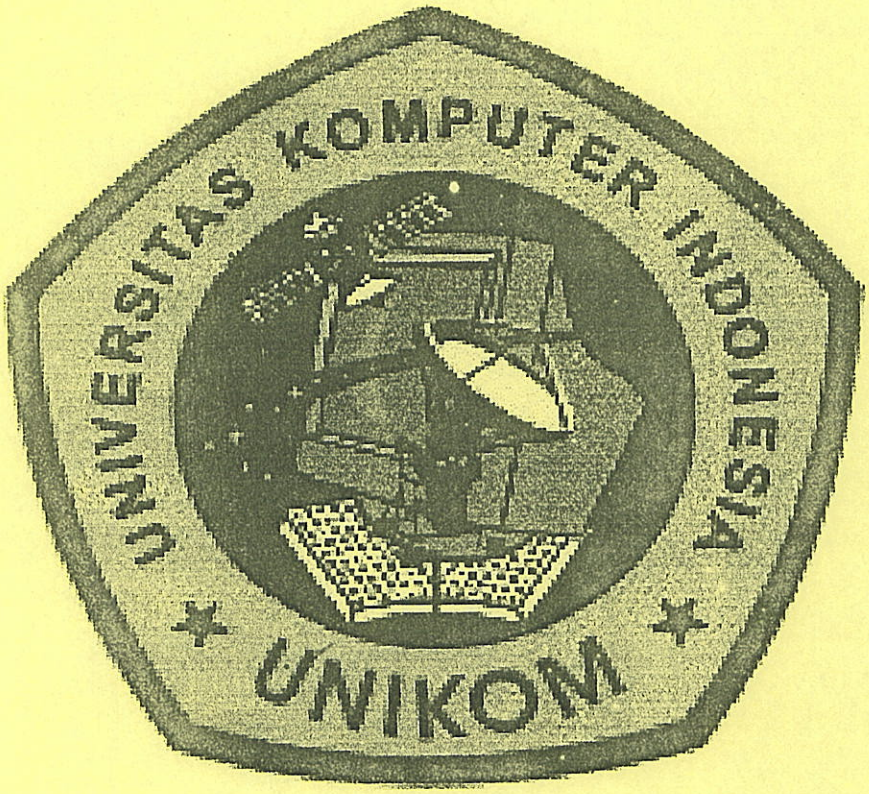
- FIFO
- LIFO

- Harga Beli Rata-Rata
- Harga Standar

Dan mengingat untuk menentukan harga jual itu perlu memperhatikan faktor intern dan faktor ekstern maka kedua faktor tersebut harus diperhitungkan. Di mana faktor intern tersebut di antaranya adalah biaya langsung dan biaya tidak langsung, yang mana biaya langsung merupakan semua biaya yang berhubungan langsung dengan jumlah hasil produksi, sedangkan biaya tidak langsung merupakan semua biaya yang tidak berhubungan langsung dengan tingkat hasil produksi tertentu tetapi kepada suatu prestasi.

Dengan memperhatikan beberapa alternatif penetapan harga bahan tersebut maka dalam penetapan harga jualnya akan dapat diputuskan.

Dan seorang marketing di percetakan Laras Creation Design dituntut untuk dapat bisa menetapkan harga jual suatu produk dan setelah dapat ditetapkan sendiri maka di rundingkan dengan pimpinan perusahaan.


UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
UNIKOM