BAB I

PENDAHULUAN

1.1 **Latar Belakang Praktek Kerja Lapangan**

Dalam dunia usaha yang kita temui sehari-hari baik itu dari jenis usaha yang di kelola oleh swasta maupun pemerintah (BUMN) tidak terlepas dari tujuan. Adapun tujuan dari perusahaan adalah memperoleh laba yang maksimal. Tetapi tidak semua perusahaan mempunyai tujuan yang sama, yaitu memperoleh laba yang sebesar-besarnya. Perusahaan Listrik Negara (PLN). PLN sebagai salah satu (BUMN) lebih menitikberatkan usahanya pada pelayanan jasa kepada masyarakat dari pada mencari keuntungan (laba), yang kehadiranya diperuntukan bagi masyarakat guna memenuhi kebutuhan hidupnya.

PLN sebagai perusahaan milik Negara juga dituntut untuk selalu tampil dinamis dalam memenuhi permintaan konsumen, maka keberadaan bagian pemasaran merupakan bagian yang penting dalam kelangsungan hidup perusahaan.

Pandangan yang sempit dalam pengertian pemasaran membuat banyak pengusaha berorientasi pada produksi, mereka menekankan produk apa saja yang dapat dihasilkan bukan produk apa yang nantinya akan dipasarkan. Keterbatasan mengenai pemasaran menjadikan banyak perusahaan yang mengalami kesulitan dalam kelanjutan hidup perusahaan.

Bagian pemasaran adalah bagian yang memegang peranan penting dalam perusahaan besar maupun perusahaan kecil. Dengan melakukan berbagai cara bagian pemasaran berusaha untuk meningkatkan penjualan, baik itu berupa barang maupun jasa, yaitu dengan cara memberikan sebuah pelayanan yang baik dan berkualitas tinggi. Bila pelayanan yang diberikan tidak berkualitas akan mengakibatkan perusahaan tidak dapat maju dan berkembang, karena pelayanan merupakan hal utama yang dapat membuat kepuasan tersendiri bagi kalangan konsumen.

Pelayanan yang baik dan cepat akan membuat konsumen merasa puas, jika konsumen puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka

This document was created using Smart PDF Creator
To remove this message purchase the product at www.SmartPDFCreator.com

perusahaan tersebut akan mendapatkan penilaian positif dari paradigma konsumen dan konsumen akan melakukan transaksi kembali terhadap perusahaan tersebut. Karena itu, bagian pemasaran menjadi salah satu asset utama sekaligus sebagai ujung tombak bagi kelangsungan sebuah perusahaan. Maka bagian pemasaran harus didukung oleh sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas.

Sumber daya manusia merupakan salah satu factor utama pelayanan yang baik dan faktor utama keberhasilan dalam mencapai suatu target yang diharapkan oleh perusahaan. Selain itu peran teknologi juga mendukung dalam kelancara setiap aktifitas dalam rangka menjaga stabilitas dan kelancaran serta kelangsungan perusahaan tersebut.

Sesuai dengan perkembangan zaman dan konsumen sekarang ini, maka usaha jasa sekarang ini semakin banyak dan semakin bertambah. Karena itu para pengusaha membuka usaha diberbagai bidang jasa. Begitu pula yang dilakukan oleh PT. PLN (persero) jasa & produksi Unit Produksi Bandung.

Berbekal latar belakang tersebut, dalam Laporan Praktek Kerja Lapangan ini penulis mengangkat judul ” ANALISIS SISTEM INFORMASI PEMASARAN TERHADAP EFISIENSI PENJUALAN PRODUK PADA PT. PLN(persero) J&P UNIT PRODUKSI BANDUNG”.

1.2. **Identifikasi dan Rumusan Masalah**

a. Identifikasi Masalah

PLN sebagai salah satu (BUMN) lebih menitikberatkan usahanya pada pelayanan jasa kepada masyarakat dari pada mencari keuntungan (laba), Oleh karena itu banyak masalah yang timbul dalam proses pelayanan dan jasa. Jadi pembahasan yang akan di lakukan oleh penulis adalah sebagai berikut;

1. Belum efektifnya proses pelayanan bagian pemasaran sehingga dapat mengurangi rasio penjualan produk PT PLN (persero) J&P Unit Produksi Bandung.

This document was created using SmartPDFCreator
To remove this message purchase the product at www.SmartPDFCreator.com

2. Masih terdapatnya kesalahan dan proses-proses yang tidak perlu pada system pelayanan bagian pemasaran membuat efektifitas kerja karyawan bagian pemasaran terganggu
3. Banyaknya hambatan yang berpengaruh dalam proses pelayanan bagian pemasaran mengakibatkan terjadinya penurunan omset pendapatan dari bidang jasa dan produk.

b. Rumusan Masalah
   1. Bagaimanakah Sistem Informasi pemasaran yang sedang berjalan pada PT PLN (persero) J&P Unit Produksi Bandung?
   2. Sejauh mana efisiensi penjualan produk yang sedang berjalan pada PT PLN (persero) J&P Unit Produksi Bandung?
   3. Bagaimanakah perancangan sistem informasi pemasaran terhadap koefisiensi penjualan produk pada PT PLN (persero) J&P Unit Produksi Bandung?
   4. Seberapa besar manfaat Sistem Informasi pemasaran dalam menciptakan efisiensi penjualan produk pada PT PLN (persero) J&P Unit Produksi Bandung?

1.3. **Maksud dan Tujuan Praktek Kerja Lapangan**

1.3.1 Maksud Dan Tujuan Praktik Kerja

Adapun maksud penulis melaksanakan praktik kerja lapangan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengumpulkan data-data yang lengkap mengenai pelayanan pada bagian pemasaran pada PT. PLN (persero) J&P Unit Produksi Bandung sebagai bahan analisis.
2. Untuk mengetahui dan membandingkan antara teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan pelaksanan secara nyata didunia kerja.
3. Sebagai bekal pengalaman dalam memasuki dunia kerja.

1.3.2 Tujuan Praktik Kerja

Sedangkan tujaun dari praktik kerja itu sendiri adalah:

This document was created using Smart PDF Creator To remove this message purchase the product at www.SmartPDFCreator.com

1. Untuk mengetahui Sistem Informasi pemasaran yang sedang berjalan pada PT. PLN (persero) J&P Unit Produksi Bandung.
2. Untuk mengetahui Sejauh mana efisiensi penjualan produk yang sedang berjalan PT. PLN (persero) J&P Unit Produksi Bandung.
3. Untuk mengetahui perancangan sistem informasi pemasaran terhadap koefisiensi penjualan produk.
4. Untuk mengetahui seberapa besar manfaat Sistem Informasi pemasaran dalam menciptakan efisiensi penjualan produk PT PLN (persero) J&P Unit Produksi Bandung.

1.4 **Batasan Masalah**

Untuk mengatasi permasalahan yang ada pada bagian pemasaran PT PLN (persero) J&P Unit Produksi Bandung maka penulis akan membatasi masalah yang paling penting di PT PLN (persero) J&P Unit Produksi Bandung.

Permasalahan – permasalahan yang akan dibahas meliputi :

1. Sistem yang dirancang dalam penyusunan laporan praktek kerja lapangan ini adalah sistem informasi pada bagian pemasaran khususnya pada proses penawaran barang, proses pelayanan atas pesanan barang, proses perintah kerja, dan proses pengiriman barang pada bagian pemasaran PT PLN (persero) J&P Unit Produksi Bandung.
2. Laporan yang akan disajikan dalam sistem informasi pada bagian pemasaran ini adalah laporan proses penawaran barang , laporan proses pelayanan atas pesanan barang, laporan proses pengiriman barang pada bagian pemasaran PT PLN (persero) J&P Unit Produksi Bandung.

This document was created using Smart PDF Creator
To remove this message purchase the product at www.SmartPDFCreator.com

1.5 **Lokasi dan Waktu Praktek Kerja Lapangan**

1.5.1 Lokasi Praktik Kerja

Praktik kerja yag di lakukan penulis berlokasi di PT. PLN (Persero) Jasa & Produksi Bandung, Jl Banten No.10 Bandung

1.5.2 Waktu Kerja Praktik

Waktu Pelaksanaan praktik kerja lapangan adalah kurang lebih satu bulan, setiap senin sampai jum'at.

Tabel 1.1
Rencana Praktik Kerja Lapangan
Dan Penulisan Laporan

NO	KEGIATAN BULAN	TAHUN 2010											
		Mei		Juni		Juli		agt		sep		Okt	
1	Penjajakan Perusahaan												
2	Perizinan PKL												
3	Permohonan PKL: Pembuatan Outline Pengajuan PKL												
4	Kegiatan PKL: Pengumpulan Data												
5.	Penyusunan Laporan												
6	Bimbingan PKL: Penyempurnaan data												
7	Penyerahan Laporan												

This document was created using Smart PDF Creator
To remove this message purchase the product at www.SmartPDFCreator.com