BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Praktek

Salah satu definisi formal pemasaran yang ditawarkan oleh Asosiasi Pemasaran Amerika yaitu pemasaran adalah satu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya.

Dari definisi diatas jelas pemasaran memerankan banyak fungsi di perusahaan. Manajemen pemasaran suatu perusahaan memilih pasar sasaran perusahaan juga mendapatkan dan menjaga pelanggan dengan menciptakan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

PT Wijaya Karya (Persero) Tbk salah satu perusahaan BUMN yang bergerak di bidang penyediaan jasa kontruksi, menerapkan pengetahuan manajemen pemasaran agar selalu dapat menjawab setiap tuntutan tugas yang dihadapi.

Salah satu fungsi manajemen pemasaran di PT Wijaya Karya (Persero) Tbk adalah pelaksanaan riset pasar untuk memperoleh informasi mengenai peluang usaha, kajian posisi perusahaan terhadap pesaing, serta informasi lainnya di daerah operasi wilayah.

Riset pasar adalah suatu kegiatan dimana perusahaan membuat pengamatan menyeluruh, menghimpun dan mengolah data yang akurat untuk

menganalisa pasar sehingga perusahaan dapat mengambil keputusan strategis yang tepat.

Perolehan informasi mengenai peluang usaha PT Wijaya Karya (Persero) Tbk salah salah satunya dilakukan dengan cara menganalisa target proyek. Penulis dalam tugas kerja prakteknya berkesempatan menganalisa SWOT target proyek Rehabilitasi Tanggul Sungai Citarum dari kmp. Bojong s/d Muara Gembong (72 Km).

Pelaksanaan analisa SWOT target proyek Rehabilitasi Tanggul Sungai Citarum dari kmp. Bojong s/d Muara Gembong (72 Km). diharapkan dapat memberikan masukan dalam riset pasar yang dilakukan oleh manajemen pemasaran PT Wijaya Karya (Persero) Tbk.

Berdasarkan uraian diatas peneliti mengambil judul "**Tinjauan Analisa SWOT Proyek Rehabilitasi Tanggul Sungai Citarum dari kmp. Bojong s/d Muara Gembong (72 Km) di PT Wijaya Karya (Persero) Tbk Untuk Kegiatan Riset Pasar**"

1.2 Tujuan Kerja

Tujuan dari kerja praktek di PT Wijaya Karya (Persero) Tbk adalah

1. Untuk mengetahui kegiatan pemasaran di PT Wijaya Karya (Persero) Tbk.
2. Untuk mengetahui riset pasar di PT Wijaya Karya (Persero) Tbk.
3. Untuk mengetahui analisa SWOT di PT Wijaya Karya (Persero) Tbk.

1.3 Kegunaan Kerja Praktek

Dari hasil laporan ini nantinya diharapkan bisa bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang ada hubungannya dengan topik yang diangkat oleh

penulis, dan diharapkan bisa dijadikan sebagai referensi untuk menghasilkan data yang lebih baik lagi.

Bagi penulis

Untuk menambah pengalaman dan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran jasa kontraktor, dan juga penerapan teori yang di peroleh di bangku perkuliahan ke dalam praktek yang ada.

Bagi Perusahaan

Laporan kerja praktek ini di harapkan dapat bermanfaat bagi instansi atau tempat penulis melakukan kerja praktek sebagai bahan masukan.

Bagi Almamater

Menberikan sumbangan pemikiran bagi pemasaran jasa dan juga dapat di jadikan bahan acuan untuk masa yang akan datang bagi yang melaksanakan laporan mengenai pemasaran jasa.

Bagi Pihak Lain

Penulisan laporan kerja praktek ini di harapkan dapat bermanfaat, salah satunya untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis lainnya.

1.4 Lokasi dan Waktu Kerja Praktek

Lokasi yang diambil sebagai tempat kerja praktek adalah di PT Wijaya Karya (persero) Tbk, di jalan Dr. Gunawan No 2, Bandung 40171, telepon (022) 4205078, 4206451 fax (022) 4206451. Waktu kerja praktek dimulai dari 05 Juli 2010 sampai 13 Agustus 2010.