BAB I

PENDAHULUAN

1.1 latar Belakang

Pemasaran atau “marketing” adalah komunikasi terpadu yang bertujuanuntuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran. Mulai dari pemenuhan produk (product), penetapan harga (price), dan mempromosikan barang (promotion).

Seseorang yang bekerja dibidang pemasaran disebut pemasar. Pemasar ini sebaiknya memiliki pengetahuan dalam konsep dan prinsip pemasaran agar kegiatan pemasaran dapat tercapai sesuai dengan kebutuhan dan keinginan manusia terutama pihak konsumen yang dituju.

Bauran pemasaran adalah empat komponen dalam pemasaran yang terdiri 4p yakni :

- product (produk)
- price (harga)
- place (tempat termasuk juga distribusi)
- promotion (promosi).

Pandangan ahli ekonomi terhadap pemasaran adalah dalam menciptakan waktu, tempat dimana produk diperlukan atau diinginkan lalu menyerahkan produk tersebut untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (konsep pemasaran).

Sistem pemasaran juga dilakukan di Lembaga JLMC (Japanese Language & Management Center). Untuk menarik peminat agar banyak yang kursus di JLMC, JLMC melakukan sistem pemasaran dimulai dengan menyediakan produk yang di inginkan oleh konsumen. Untuk penetapan harganya JLMC tidak mengenakan biaya yang tinggi untuk kursus disana, karena biasanya kalau harga terlalu tinggi bisa di pastikan jumlah peminat kursus di JLMC sangatlah sedikit. Selain itu JLMC juga melakukan promosi kesekolah – sekolah dengan menempelkan poster atau flayer, selain itu JLMC juga menyebarkan stiker-stiker dalam bentuk tisu.

Lokasi Lembaga JLMC sendiri sangatlah strategis karena mudah dicari dan cukup berada dikeramaian. Selain itu JLMC juga menyediakan fasilitas-fasilitas yang dapat mendukung proses pembelajaran. JLMC adalah salah satu perusahaan di- Bandung Sebagai tempat kursus Bahasa Jepang. JLMC bukan hanya tempat kursus Bahasa Jepang, tetapi juga tempat kursus orang jepang yang ingin belajar bahasa Indonesia. JLMC juga menyediakan jasa terjemahan Bahasa Jepang-Indonesia atau Indonesia-Jepang. Oleh karena itu penulis memilih JLMC sebagai tempat melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL).

1.2. Tujuan

Tujuan dari kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) Program Studi Sastra Jepang Universitas Komputer Indonesia tahun 2012 ini antara lain :

a. Meningkatkan pengetahuan praktis dalam ilmu-ilmu yang telah dipelajari sehingga dapat lebih memahami serta mengaplikasikan antara teori dan praktek.
b. Penulis dapat mempersiapkan diri dan memotivasi diri agar mampu menghadapi dunia kerja, dan mampu secara bekerja secara handal di bidangnya.
c. Mendapat pengalaman kerja.
d. Menambah pengetahuan, pengalaman, dan wawasan tentang dunia kerja.

1.3. Manfaat Kuliah Kerja Lapangan

Adapun manfaat yang bisa diambil dari pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan ini adalah sebagai berikut :

a. Bagi penulis untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama kuliah dan sebagai pembaca dapat bermanfaat sebagai informasi.
b. Untuk perusahaan yaitu, meningkatkan kinerja perusahaan karena mendapatkan tenaga kerja tambahan.
c. Bagi jurusan Sastra Jepang Universitas Komputer Indonesia, sebagai informasi pentingnya mahasiswa Jepang Universitas Komputer Indonesia mengetahui cara bagaimana JLMC menarik peminat atau masyarakat agar mau kursus Bahasa Jepang di JLMC. Jika nantinya mereka terjun dibidang perusahaan yang membuka jasa kursus Bahasa Jepang.