Produk merupakan titik pangkal kemungkinan keberhasilan maupun kegagalan kombinasi kebijaksanaan pemasaran secara keseluruhan,seperti yang teleh di sebutkan tadi.Sebagai contoh,produk yasng tidak dapat diterima oleh konsumen ,kecil kemungkinan untuk didorong penjualannya dengan iklan ataupun promosi.Apabila produk yang dihasilkan perusahaan tidak dapat lagi memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen,maka perusahaan harus membuat produk baru yang berbeda-beda dengan produk yang sudah ada atau dengan melakukan perubahan-perubahan terhadap produk yang sudah ada. Perubahan ini baik berupa kualitas keistimewaan maupun pengemasannya.

Perusahaan harus menggati produk-produk yang mulai masuk ke dalam tahap penurunan,karena dalam hal ini konsumen selalu menginginkan produk baru dengan kualitas yang lebih baik dari produk sebelumnya, dan pesaing juga berusaha untuk dapat menyediakan produk yang lebih baik.Pada setiap usaha pengembangan produk harus dilakukan secara hati-hati dan didukung dengan cara pemasaran yang tepat dan cermat,pertimbangan tersebut sangat penting karena tidak jarang bahwa tindakan yang dilakukan dapat merupakan pukulan balik bagi perusahaan.

Dengan melakukan pengembangan produk dan pemasaran yang baik,perusahaan berusaha agar produk yang dihasilkan dapat memuaskan kebutuhan,keinginan,dan selera konsumen ,serta diharapkan akan terjadi peningkatan hasil penjualannya.Apabila pengembangan produk ini tidak dilaksanakan oleh perusahaan,dan walaupun bila dilaksanakan tetapi tidak di imbangi dengan cara pemasaran yang baik,kemungkinan besar pereusahaan tidak dapat mengikuti perkembangan yang terjadi dalam perubahan selera serta

keinginan konsumen.Dengan demikian perusahaan tidak dapat mempertahankan posisi produknya dipasar.

Atas dasar pertimbangan-pertimbangan diatas, maka penyusun tertarik mengadakan laporan kuliah kerja praktek mangenai "Sistem Informasi Pengembangan produk dan Manajement Pemasaran Di PTPN VIII INDUSTRI HILIR TEH (IHT) Persero bandung"

1.1 Identifikasi Dan Rumusan Masalah

1.1.1 Identifikasi Masalah

1. Kurang Efektifnya Pengembangan Produk
2. Manajemen yang kurang strategis dalam membantu kelancaran dan kemajuan perusahaan.

1.1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara pengembangan produk yang efektif ditengah persaingan yang ketat?
2. Manajemen yang tepat dalam mendukung pengembangan produk agar dapat sukses saat pemasaran?

1.2 Maksud Dan Tujuan

A.**MAKSUD**

Maksud dilaksanakan Kerja Praktek ini adalah untuk mengimpementtasikan pengetahuan yang di dapat diperkuliahan dengan kenyataan yang sesungguhnya dilapangan atau dunia kerejadan juga untuk menambah pengetahuan di dunia kerja.

B.**TUJUAN**

Tujuan dilaksanakannya kerja praktek di PTPN VIII IHT (Persero) untuk membuat laporan kerja praktek ini adalah sebagai berikut :

a. Mampu dalam menyelaraskan Ilmu pengetahuan di Kampus.
b. Untuk Mengetahui tata tertib dalam dunia kerja.

c. Mengetahui sistem pengembangan produk Dan manajemen di PTPN VIII IHT (Persero)
d. Supaya penyusun mampu untuk menghadapi masalah dalam mencari alternatif pemecahan masalah.
e. Agar penyusun sapat menambah wawasan dalam pekerjaan yang diaplikasikan antara teori dan observasi.

1.3 Batasan Masalah

Batasan yang akan dibahas dalam Laporan Kerja Praktek ini adalah sebagai berikut :

1. Membahas tentang Pengambangan Produk
2. Membahas Manajemen Pemasaran

1.5. Lokasi dan jadwal Kerja Praktek

Nama Perusahaan : PTPN VIII Industri Hilir Teh (Persero)

Alamat : JL.Sindang Sirna No.4 Bandung 40153

Bagian/divisi Tempat Pelksanaan Kerja Praktek :

Waktu Praktek Kerja Lapangan : Mulai Tanggal 11 juli – 12 Agustus 2011

No	Aktivitas	11 Juli – 12 Aguatus 2011				
		Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4	Minggu 5
1	Pra Penelitian	X				
2	Pengumpulan Data		X			
3	Membahas STHP			X		
5	Mengerjakan Laporan				X	X