BAB I

PENDAHULUAN

UNIT PELAKSANA TEKNIS PERPUSTAKA UNIKOM

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan petumbuhan dunia industri yang semakin cepat pada saat ini, terutama pada sektor industri manufaktur yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan negara, dan sebagai upaya mempersiapkan bidang industri dalam upaya menghadapi era globalisasi, yang nantinya akan diikuti dengan diberlakukannya sistem perdagangan bebas dan ekonomi bebas, maka diharapkan sektor industri ini harus benar-benar mempersiapkan segala sesuatunya secara lebih baik dan professional.

Dunia industri yang dijalankan di negara kita dihadapkan kepada pesaing-pesaing yang memiliki keunggulan-keunggulan dengan tingkat kesiapan yang lebih tinggi. Dalam keadaan seperti itu, perusahaan yang mampu bersaing secara lebih baik dan professional akan tampil sebagai pemenang.

Salah satu strategi yang dilakukan perusahaan untuk dapat memenangkan persaingan dalam menghadapi era perdagangan bebas yang semakin kompetitif, adalah dengan memberikan perhatian yang lebih kepada pelanggan, karena pelanggan mempunyai arti yang sangat penting bagi perusahaan, dimana maju mundurnya suatu perusahaan tergantung kepada pihak perusahaan itu sendiri dalam menempatkan para pelanggan sebagai salah satu hal yang sangat menentukan kelangsungan hidup perusahaan sebagai "harta" yang harus dikelola dan dilayani dengan sungguh-sungguh.

Bertolak dari kenyataan tersebut di atas, maka alangkah baiknya apabila perusahaan mulai memperhatikan masalah pelanggan serta hal yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan secara sungguh-sungguh. Beralih dari suatu konsep yang berwawasan pemasaran, dimana konsep yang berwawasan pemasaran beranggapan bahwa tugas yang paling utama dari suatu perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan dari pelanggan serta memberikan kepuasan yang diinginkan pelanggan tersebut. Perusahaan yang memiliki keunggulan dan mampu bertahan sampai sekarang ini adalah perusahaan yang mampu menciptakan budaya sadar akan pelanggan. Hal ini disebabkan karena pelanggan saat ini dihadapakan pada pilihan produk yang semakin beragam, dengan jenis mutu yang semakin baik dan pelayanan yang diberikan semakin tinggi, sehingga pelanggan cenderung akan memilih tawaran yang paling sesuai dengan keinginan, kebutuhan maupun harapan mereka.

Dari uraian tersebut di atas, penulis mengambil tema yang lebih menitik beratkan kepada masalah "pelanggan" dengan mengambil judul **"Pengaruh pemanfaatan teknologi informasi terhadap kegiatan pemasaran di PT. Pupuk Kujang, Cikampek-Karawang".**

1.2. Maksud dan Tujuan

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data, mengolah, menganalisa dan menginterpretasikan peranan mutu pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen dan hasilnya akan penulis pergunakan sebagai bahan laporan penelitian dan ditindak lanjuti dengan penyusunan laporan kerja prektek pada Jurusan Manajemen Informatika, Fakultas Teknik Universitas

Komputer Indonesia. Sedangkan tujuan dari penyusunan Laporan kerja praktek ini adalah :

1. Untuk mengetahui sejauh mana peran ketepatan waktu dari saluran distribusi.
2. Untuk mengetahui manfaat teknologi informasi pemasaran

1.3. Metodologi Kerja Praktek

Laporan ini di buat dengan melakukan pengumpulan data yang berkaitan dengan teknologi informasi pada bagian pemasaran di perusahaan PT. Pupuk Kujang. Adapun metodologi yang digunakan dalam laporan kerja praktek ini adalah sebagai berikut:

a. Studi Literatur

   Pengumpulan data dengan mempelajari buku-buku yang berhubungan dengan permasalahan dalam kerja praktek

b. Interview

   Melakuakan wawancara atau Tanya jawab dengan pembimbing dalam pembuatan laporan di PT. Pupuk Kujang Cikampek (persero)

c. Observasi

   Memantau langsung aktivitas yang di lakukan dalam perusahaan selama melakukan praktek kerja.

1.4. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan oleh penulis selama 1 bulan mulai 2 agustus s/d 31 agustus 2004 yang bertempat di Biro Teknologi Informasi PT. Pupuk Kujang

yang beralamat di jln. A. Yani no. 39 cikampek 41373 Jawa barat – Indonesia PO Box 4 cikampek .

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan pada laporan kerja praktek ini, maka kami menyusun sistematika penulisan dibagi mrnjadi empat bab, yaitu:

Bab I PENDAHULUAN

Menjelaskan secara umum latar belakang permasalahan, maksud dan tujuan kerja praktek, metodologi kerja praktek, lokasi dan waktu kerja praktek dan sistematika penulisan yang digunakan.

Bab II LANDASAN TEORI

Menjelaskan tentang pengertian pemasaran secara global, konsep dasar sistem, tujuan sistem informasi dan peran sistem teknologi informasi dalam organisasi yang mengacu pada sistem informasi pemasaran dan riset pemasaran.

Bab III SEJARAH PERUSAHAAN DAN HASIL KERJA PRAKTEK

Menjelaskan tentang sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan, struktur organisasi Biro Teknologi Informasi,serta kegiatan-kegiatan yang di lakukan dalam kerja praktek.

Bab IV PENUTUP

Menjelaskan tentang kesimpulan hasil laporan kerja praktek dan saran-saran kepada perusahaan.