

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman sekarang pengembangan dibidang industri yang sangat pesat dan melihat persaingan industri yang ada serta peran yang sangat penting bagi pembangunan di suatu negara, maka sangat perlu adanya kemampuan Penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan syarat mutlak untuk tercapainya pengembangan di Bidang Industri yang membutuhkan keahlian dan teknologi yang tinggi. Semua itu dapat tercapai dengan pembelajaran yang efektif dan pembinaan yang baik secara kualitatif.

Pada lingkungan perguruan tinggi merupakan tempat dalam mewujudkan hal tersebut diatas. Perguruan Tinggi diharapkan dapat menghasilkan tenaga kerja yang tidak hanya dapat mengetahui teori ilmu pengetahuan yang diberikan tapi juga dapat mengetahui serta mengimplitasikannya dalam kehidupan nyata (perusahaan).

Kerja praktek merupakan salah satu solusi pemecahannya. Dalam kurikulum pendidikan, utamanya Program Studi Komputer Akuntansi STIKOM Surabaya, mahasiswa diwajibkan menempuh kerja praktek di perusahaan/pabrik selama kurang lebih satu bulan sebagai salah satu persyaratan kelulusan.

Dengan kerja praktek ini diharapkan dapat mengetahui permasalahan yang ada di lapangan serta bagaimana mengatasinya, dapat mengetahui kegiatan-kegiatan yang ada di perusahaan dengan menambah pengetahuan kita atau

pengaplikasian ilmu yang didapatkan. Sehingga secara tidak langsung dapat belajar tentang manajemen sesuai dengan bidang yang ditempuh.

Oleh karena pentingnya sistem manajemen dalam suatu perusahaan maka sebagai mahasiswa yang kelak akan terjun langsung ke dunia kerja yang nyata perlu sedini mungkin mengenal dan melihat langsung mekanisme dari suatu sistem manajemen yang diterapkan di perusahaan-perusahaan.

Apalagi dengan kondisi iklim persaingan dunia usaha dan industri yang kian ketat dan beragam pada masa sekarang ini di Indonesia, semakin menyadarkan kita akan arti penting bisnis dan penerapannya. Adapun strategi bisnis yang dimaksud adalah teknik sistematis dan terkoordinasi, yang dijalankan oleh perusahaan agar tetap dapat melangsungkan aktivitas produksinya, dan mampu menguasai pasar, serta menciptakan kepuasan mengkonsumsi, yang melahirkan kepercayaan dan kecintaan konsumen terhadap produk perusahaan. Apabila perusahaan telah dapat bersaing secara mental dalam artian menguasai “kemauanbeli” (*willingness to buy*) dari konsumen, maka usaha untuk menguasai pasar adalah langkah berikutnya yang sudah tidak sulit dan kompleks lagi.

Pada saat ini sering terjadi kejadian akan perubahan pasar yang tidak menentu, hal ini mengakibatkan para pemain bisnis berputar strategi untuk menguasai pangsa pasar. Perubahan pasar yang tidak menentu ini terjadi akibat beberapa faktor, diantaranya adalah munculnya pemain bisnis baru dengan komoditi yang berbeda, lalu adanya regulasi dari pemerintah yang mengharuskan perusahaan untuk merubah struktur organisasi sesuai dengan aturan pemerintah yang baru. Dari beberapa faktor tersebut dapat mengakibatkan kemauan tawar

antara pembeli dengan supplier dapat berubah sewaktu waktu sesuai dengan keadaan pasar.

Salah satu strategi tepat guna yang kerap ditempuh oleh perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya dalam dunia bisnis dan persaingan usaha adalah dengan melakukan riset-riset dalam setiap elemen-elemen perusahaan. Demikian pula halnya dengan PT. Perkebunan Nusantara XI (Persero) yang memproduksi gula sebagai perusahaan gula yang terbilang “*OldIndustries*” dan di tengah persaingan ketat dalam industri gula, PT. Perkebunan Nusantara tidak hanya memasarkan produknya di Jawa Timur tetapi juga di beberapa wilayah yang ada di Indonesia. PT. Perkebunan Nusantara XI (Persero) melalui produk gula telah bersiap untuk menjadi pemimpin pasar (*market leader*).

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada Kerja Praktek ini adalah:

1. Bagaimana konsep riset pemasaran dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Perkebunan Nusantara XI (Persero) untuk mempertahankan eksistensi pembeli dan supplier.
2. Bagaimana pengaruh harga rencana dan kuantitas penjualan akan terbentuknya harga realisasi sebagai daya tawar pembeli dan supplier.

1.3 Batasan Masalah

Pada Kerja Praktek ini dititikberatkan pada penentuan faktor pembentuk daya tawar pembeli dan supplier terhadap harga realisasi.

1.4 Tujuan Analisa

1. Dapat membuat konsep riset penjualan dan pemasaran.
2. Memperoleh wawasan akan bidang pemasaran khususnya penjualan dan analisa pasar.

1.5 Manfaat Analisa

a) Manfaat bagi perusahaan

Dapat memperoleh masukan mengenai kondisi dan permasalahan yang dihadapi perusahaan.

b) Manfaat bagi mahasiswa

Mendapatkan gambaran tentang kondisi sesungguhnya dari dunia kerja dan memiliki pengalaman terlibat langsung dalam aktivitas industri informasi. Selain itu mahasiswa juga dapat melatih profesionalisme, disiplin, dan skil-skill penunjang lainnya sesuai standar dunia industri.

c) Manfaat bagi STIKOM

Mampu menghasilkan sarjana-sarjana yang handal dan memiliki pengalaman di bidangnya.

Membina kerja sama yang baik antara lingkungan akademis dengan lingkungan industri.

1.6 Metodologi Analisa

Agar tercapainya sistematika dari analisis maka metode kerja praktek yang dilakukan yaitu sebagai berikut :

1. Studi pustaka, yakni pengumpulan data dan keterangan yang diperoleh melalui buku-buku, tulisan-tulisan lain, data-data di departemen penjualan dan analisa pasar yang berhubungan dengan laporan kerja praktek.
2. Studi lapangan, yakni pengumpulan data dan keterangan yang diperoleh di lapangan kerja.
3. Wawancara (interview), yakni pengumpulan data dan keterangan melalui tanya jawab dengan pihak yang mengetahui mengenai Pemasaran khususnya tentang penjualan yang telah dilakukan selama periode yang terkait langsung maupun tidak di lingkungan departemen penjualan dan analisa pasar khususnya yang menangani langsung akan posisi tawar pembeli dan supplier.

1.7 Waktu Pelaksanaan

Kerja praktek ini dilaksanakan mulai dari tanggal 02 Juli 2012 s.d 09 Agustus 2012.

1.8 Bidang Bahasan Kegiatan

Bidang bahasan kegiatan kerja praktek yang dilakukan di PT. Perkebunan Nusantara XI (Persero) adalah bidang bahasan mengenai posisi tawar menawar penjualan gula khususnya pada pembeli dan supplier.

1.9 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan laporan dibutuhkan sistematika penulisan yang benar agar pihak yang membacanya dapat memahami isi dari laporan ini. Adapun sistematika penyusunan laporan yang dimaksud adalah sebagai berikut :

- BAB I PENDAHULUAN

Pada bab I ini berisi tentang masalah yang ada saat dilakukan kerja praktek. Pada dasarnya bab I ini adalah sebuah acuan untuk memulai melakukan pembuatan laporan kerja praktek yang dibutuhkan.

- BAB II TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab II ini berisi tentang keadaan perusahaan secara keseluruhan, seperti visi, misi, budaya, serta sejarah berdirinya perusahaan.

- BAB III TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab III ini berisi tentang bahan-bahan apa saja yang dapat digunakan sebagai tinjauan untuk melakukan analisa masalah yang ada, seperti maksud dari bahan acuan yang diambil.

- BAB IV IMPLEMENTASI RISET PEMASARAN PT. PERKEBUNAN NUSANTARA XI (PERSERO)

Pada bab IV ini merupakan analisa yang dilakukan dari masalah yang ada dan di bab IV dapat diketahui hasil dari analisa yang dilakukan sesuai dengan acuan pustaka yang diambil.

– BAB V PENUTUP

Pada bab V ini berisi tentang kesimpulan dari analisa, selain itu pada bab V ini juga berisi akan kritik dan saran bagi perusahaan yang dilakukan uji analisa.

