

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kegiatan Magang

Saat ini persaingan bisnis di Indonesia semakin berkembang pesat, semakin bertambahnya perusahaan baru membuat persaingan dunia bisnis semakin ketat. Perusahaan dituntut untuk bisa bertahan dan bersaing. Oleh karena itu perusahaan dituntut menyusun strategi agar tetap bertahan dan menang dalam persaingan, persaingan bisnis tidak hanya memberikan peluang namun tantangan pun harus dihadapi oleh perusahaan.

Persaingan bisnis yang semakin dinamis tidak hanya memberikan peluang namun juga memberikan tantangan yang harus dihadapi oleh setiap pelaku usaha. Bisnis kuliner merupakan bisnis yang berkembang sangat pesat seiring dengan banyaknya masyarakat dalam hal daya beli terutama dalam bidang kuliner. Bisnis kuliner tentu saja merupakan bisnis yang memiliki potensi yang sangat besar banyaknya pelaku usaha kuliner yang sukses menjalankan usahanya, untuk itu banyak perusahaan baru yang muncul dalam bidang industry kuliner. Namun, tidak sedikit juga para pelaku usaha kuliner yang gagal atau gulung tikar.

Untuk memenangkan persaingan dan mempertahankan produknya perusahaan harus mampu memberikan yang terbaik kepada pelanggan yang berkaitan dengan produk. Pelanggan yang terpenuhi keinginannya dan kebutuhannya akan melakukan membeli ulang dengan begitu sangat menguntungkan bagi perusahaan untuk tetap bertahan dan berkembang karena sikap loyal yang dimiliki pelanggan.

Pada dasarnya, dapat diketahui bahwa dalam proses pemasaran, pengusaha ingin melakukan yang terbaik agar diterima oleh pelanggan dan konsumen. Proses penyampaian barang dari produsen ke konsumen, sewaktu dan dimana produk dibutuhkan. Di era yang kompetitif yang semakin tumbuh pada saat ini menjadikan persaingan begitu ketat antar perusahaan, dalam pendistribusian produk memiliki banyak hal yang harus diperhatikan seperti fasilitas, transportasi, ketersediaan dan juga komunikasi pihak yang bersangkutan

sehingga harus teliti untuk memastikan segala proses agar tidak menghambat proses yang berkaitan. Proses pemasaran yang kurang efektif akan berpengaruh pada kualitas produk yang akan sampai ke tangan konsumen.

Pemasaran memegang peranan yang penting dalam suatu perusahaan, di mana pemasaran merupakan salah satu hal yang dilakukan oleh perusahaan untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya dengan cara melakukan aktivitas penjualan. Secara umum pemasaran dilakukan untuk mengidentifikasi harapan dan keinginan konsumen sehingga terciptanya kepuasan konsumen yang menjadi asset penting bagi perusahaan sebagai faktor penggerak *demand* dan aktifitas penjualan.

PT.Miun Sinergi Nusantara sendiri, alur proses pemasaran produknya terbilang pemasarannya kurang, hal ini dikarenakan warehouse berada di Bandung bukan di Garut hal ini menghambat proses pemasaran karena jarak Bandung-Garut lumayan untuk di tempuh. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil tema magang terkait dengan “**Alur proses pemasaran produk Cancimen pada PT.Miun Sinergi Nusantara**”. Judul tersebut, penulis berharap dapat mengetahui dan memberikan informasi mengenai pengoptimalan alur proses Pemasaran Produk.

1.2 Tujuan dan manfaat Magang

1.2.1 Tujuan Umum

Diharapkan selesai mengikuti kegiatan magang, mahasiswa dapat memperoleh pengalaman kerja lapangan,serta mendapatkan pelajaran yang didapat selama magang mengenai etika kerja, disiplin, kerja keras, profesionalitas, dan lain-lain dalam melaksanakan pekerjaan.

1.2.2 Tujuan Khusus

1. Mengetahui profil PT.Miun Sinergi Nusantara lebih mendalam terutama pada bagian divisi Marketing.

2. Memahami system kerja, alur kerja, dan prosedur kerja di dalam perusahaan PT.Miun Sinergi Nusnatara
3. Memahami pekerjaan dan kegiatan-kegiatan dalam alur proses pemasaran

1.3 Manfaat Magang

Program Magang mempunyai manfaat yang sangat besar bagi Mahasiswa, perguruan tinggi dan perusahaan, adapun manfaat magang tersebut antara lain :

1.3.1 Manfaat bagi Mahasiswa

1. Menambah wawasan dan pengetahuan tentang dunia kerja.
2. Meningkatkan skill dengan cara mempraktekan langsung dilapang pekerjaan.

1.3.2 Manfaat Bagi STEI

2. Perusahaan akan mendapatkan bantuan tenaga dari mahasiwa-mahasiswa yang melakukan praktek magang.
3. Memperluas Jaingan Kerja sama dengan Instansi dan Menjalin hubungan baik dengan Instansi Perguruan tinggi.

1.4 Metode Pelaporan Data

1.4.1 Tempat dan Waktu Magang

Penulis melakukan praktek kerja magang (PKM) di PT.Miun Sinergi Nusantara Bagian Marketing Jl. Talaga Bodas, Des.Sindang Mekar, Kec.Wanaraja, Kab.Garut, Jawa Barat 44183. Yang terjadi selama 8 minggu.

1.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Ada 3 (tiga) cara / metode yang digunakan dalam pengumpulan data sebagai berikut :

1. Observasi, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung terhadap objek di dalam kegiatan magang.

2. Wawancara (*Interview*), yaitu penulis sedang dalam proses pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada informan, yang dalam hal itu ialah praktisi pembimbing magang (PPM).
3. Studi Pustaka, yaitu pengumpulan data dengan mempelajari literature yang dapat dijadikan bahan referensi dalam penulisan laporan magang pada unit kerja marketing Bagian alur proses pemasaran.
4. Terlibat proses langsung, dengan terjun langsung ke lapangan untuk mengetahui situasi dan kondisi sekaligus berinteraksi langsung dengan karyawan marketing dalam proses input data.