



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Permen merupakan salah satu makanan ringan yang banyak digemari dari berbagai kalangan, terutama anak-anak. Cita rasa, bentuk dan kegunaan yang beragam membuat permen semakin menarik dan diminati juga oleh orang dewasa. Seperti untuk memutihkan gigi, menghilangkan bau mulut, juga menghilangkan stres dan kantuk.

Ada beberapa jenis permen yang beredar dipasaran, seperti :

1. *Hard Candy*

Hard candy merupakan permen yang mempunyai tekstur yang keras. Masa simpan *hard candy* dapat mencapai 12 bulan, sehingga pemasarannya dapat dilakukan secara meluas dengan mutu permen yang tinggi dan harganya relatif murah.

2. *Chewing Gum* (Permen Kunyah)

Permen ini bertekstur lebih lunak dan dapat dikunyah/*chew* pada saat dikonsumsi dengan cara mengunyah dan ditelan, berbeda dengan permen karet (*bubble gum*) yang juga dikunyah, namun umumnya tidak untuk ditelan. Salah satu mutu dari permen kunyah adalah tekstur dan rasa. Dari tekstur bisa dirasakan sensasi kenyal, keras, lembut, empuk, atau alot dan lengket, dan lainnya. Selain itu permen kunyah dapat ditambahkan rasa dan aroma seperti sensasi dingin, menyengat dan sebagainya.

3. *Gum and Jellies*

Jenis permen ini adalah marshmallows, jelly, dan *gum drops*. Hampir separuh dari produk *sugar confectionery* yang dijual di pasaran tergolong dalam jenis ini.

4. *Toffee* (Karamel)

Jenis permen ini biasa disebut *soft candy*. Saat ini tersedia berbagai bentuk karamel atau *toffee* dengan variasi bentuk, warna dan citarasa. Secara umum jenis permen ini diharapkan konsistensi kelunakannya, plastis, sehingga dapat dikunyah (*soft candy*) tetapi tidak meleleh dan lengket.

5. *Cotton Candy*

Cotton candy adalah salah satu jenis *confectionery* yang terbuat dari gula dan berbentuk menyerupai kapas, sangat populer di kalangan anak-anak. Produk tersebut banyak beredar secara tradisional di Indonesia terutama saat liburan rakyat atau karnaval, dengan nama yang lebih dikenal sebagai harum manis atau kembang gula. Walau dibuat secara sederhana, namun peredaran *cotton candy* dikenal cukup luas oleh masyarakat Internasional.

Banyaknya permen-permen baru yang beredar dipasaran membuktikan pangsa pasar di bidang permen ini akan terus menjanjikan. Salah satu pabrik permen yang terletak di Tangerang yaitu PT Centa Aneka Rasa atau biasa disebut PT CAR, merupakan salah satu pabrik yang bergerak dalam bidang makanan dan memproduksi permen yang termasuk dalam *hard candy*. Pabrik ini memproduksi dua merk permen, yaitu Christon dan Close. Segmentasi geografis kedua produk ini telah menyebar dan telah dipasarkan ke berbagai wilayah di Indonesia, seperti Jakarta, Tangerang, Bandung, Pekalongan, Jambi, Banjarmasin, Lampung, Medan, Pekanbaru, Pontianak, Bangka, Tegal, Palembang, Surabaya, dan Ujung Pandang. Produk ini lebih mengarah untuk kalangan masyarakat menengah ke bawah. Dengan targetnya adalah seluruh masyarakat terutama di Indonesia. Rasa permen ini juga beraneka ragam, dari rasa *mint*, *orange*, *strawberry*, dan *blackcurrant*. Untuk merk Close hanya memiliki tiga rasa pilihan yaitu mint, orange, dan strawberry yang sudah menjadi *trademark* permen Close itu sendiri. Sedangkan Christon memiliki tambahan rasa yaitu rasa blackcurrant. PT CAR sendiri memposisikan dirinya sebagai perusahaan permen *hard candy* tradisional.

Dalam usia 23 tahun, PT CAR dapat bertahan hingga saat ini bukan hanya karena terus memproduksi permen atau mengganti nama permennya. Seperti perubahan

nama merk permen yang terjadi di tahun 1995 dan 2001. Salah satu faktor pabrik permen ini dapat berdiri hingga sekarang adalah strategi pemasaran yang cermat. Khususnya dari segi 4P yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Untuk *product*, PT CAR terus menjaga kualitas dari produk-produknya agar kestabilan dan kepuasan pelanggan terus terjaga. *Price*, harga dari PT CAR juga cukup terjangkau untuk berbagai kalangan, dari kalangan bawah hingga kalangan ke atas yaitu dengan harga yang dipasarkan kepada konsumen dengan harga Rp 2.000,-/bungkus. *Place*, pabrik PT CAR berada di kawasan industri di Tangerang, sehingga tempatnya cukup strategis untuk para agen di daerah Tangerang dan sekitarnya untuk mengambil permen dan dijual kembali. Begitu pula jalur distribusi penyebaran ke kota-kota daerah cukup mudah, dikarenakan berada di daerah industri sehingga proses pengiriman cukup mudah dan dekat karena terjalannya kerjasama dengan salah satu perusahaan logistik di kawasan tersebut. Untuk *promotion*, PT CAR termasuk dalam pemasaran secara tradisional, yaitu *direct selling* ke agen-agen makanan, *sales call*, dan mengandalkan *word of mouth* dalam strategi pemasarannya. Strategi ini terus dilakukan sudah 23 tahun lamanya dan dapat bertahan hingga sekarang. Dalam strategi, *word of mouth* sangat efektif di daerah-daerah, seperti Pekalongan, Medan, Tegal, Lampung, dan sebagainya. Hal ini dikarenakan kota-kota tersebut tidak begitu besar sehingga populasinya pun banyak yang mengenal satu sama lain dan *word of mouth* pun sangat efektif dan dapat tercipta dengan sendirinya. Tidak hanya piawai dalam menjual, bagian *marketing* PT CAR juga pandai dalam menilai buruannya. Mengamati dan menganalisa toko atau gudang yang berpotensi untuk disalurkan produk-produk dari PT CAR.

1.2. Pokok Permasalahan

Pokok permasalahan yang akan penulis angkat yaitu:

Efektifitas penjualan permen Christon dan Close melalui *direct selling* yang dilakukan oleh perusahaan.

1.3. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan kerja magang yang penulis lakukan adalah agar penulis lebih memahami dunia *marketing* (pemasaran) terutama dalam *direct selling* dan peran *intermediaries* di dalamnya dengan mempelajari pelaksanaan seperti *sales call*, atau biasa dengan melakukan penawaran dan penjualan langsung ke agen-agen yang tersebar, dan cara menganalisa pasar yang akan diburu.

Selain itu penulis juga ingin mengetahui lebih jauh tentang dunia kerja, mengidentifikasi kesesuaian antara teori dengan praktek di dunia kerja, terutama dalam bidang pemasaran, dan mengaplikasikan ilmu yang penulis dapatkan selama masa perkuliahan.

1.4. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu Pelaksanaan kerja magang yaitu selama 3 bulan atau 60 hari kerja, yang dimulai pada tanggal 19 Januari 2015 hingga 10 April 2015 pada bagian *sales marketing* di perusahaan PT Centa Aneka Rasa (CAR). Kerja magang ini dilaksanakan dari hari Senin hingga Jumat pada pukul 08.30 – 16.00 WIB, dan hari Sabtu pada pukul 10.00 – 14.00 WIB. Selanjutnya, prosedur pelaksanaan kerja magang terdiri dari 3 tahap:

1. Tahap Pengajuan

Pada tahap ini, mahasiswa mengajukan permohonan dengan mengisi formulir pengajuan kerja magang sebagai acuan pembuatan Surat Pengantar Kerja Magang yang ditunjukkan kepada perusahaan yang dimaksud dengan tandatangan oleh Ketua Program Studi Manajemen. Selanjutnya mahasiswa memberikan surat pengantar kerja magang kepada perusahaan tempat praktek kerja magang. Kemudian mahasiswa akan mendapatkan surat balasan dari perusahaan bahwa penulis diterima kerja magang oleh perusahaan. Apabila mahasiswa telah memenuhi semua persyaratan kerja magang, maka akan memperoleh kartu kerja magang, formulir kehadiran kerja magang, formulir realisasi kerja magang, dan formulir laporan penilaian kerja magang.

2. Tahap Pelaksanaan

Dalam tahap ini, penulis melaksanakan kerja magang selama 3 bulan di perusahaan. Penulis melakukan *briefing* mengenai deskripsi pekerjaan apa yang akan dilakukan selama proses kerja magang. Setelah itu, penulis akan memulai kerja magang. Awal hari pertama dalam program magang, penulis diberi arahan mengenai sistem kerja pabrik dan perkenalan para pekerja dan staff. Dimulai dari orang-orang yang membantu di lapangan hingga belakang meja. Kemudian mempelajari bagian operasional dan pemasaran pabrik. Kerja magang ini dilaksanakan langsung di bawah pembimbing lapangan, yakni Bapak Albert selaku *Factory Manager* PT CAR. Dalam periode magang, penulis harus menyelesaikan tugas yang diberikan oleh pembimbing lapangan dan harus mengikuti semua aturan yang berlaku dalam perusahaan yaitu PT Centa Aneka Rasa.

3. Tahap Akhir

Setelah kerja magang di perusahaan telah selesai, penulis membuat laporan kerja magang yang berisi aktivitas apa yang dijalankan selama kerja magang dengan bimbingan dosen pembimbing kerja magang. Laporan kerja magang disusun sesuai dengan standar format dan struktur laporan kerja magang Universitas Multimedia Nusantara. Dosen pembimbing memantau laporan *final* sebelum permohonan ujian kerja magang diajukan dan laporan kerja magang harus mendapat pengesahan dari dosen pembimbing dan diketahui oleh Ketua Program Studi.

Laporan kerja magang diserahkan kepada pembimbing lapangan dan meminta pembimbing mengisi formulir penilaian pelaksanaan magang. Hasil penilaian yang sudah diisi dan ditandatangani oleh pembimbing lapangan, serta surat keterangan yang menjelaskan kerja magang telah selesai, akan dikirim secara langsung kepada koordinator magang atau melalui mahasiswa yang bersangkutan dalam amplop tertutup untuk disampaikan kepada koordinator magang.

Setelah mahasiswa melengkapi persyaratan ujian kerja magang, koordinator kerja magang harus menjadwalkan ujian kerja magang dan mahasiswa harus menghadiri sidang kerja magang dan bertanggung jawabkan laporannya pada sidang tersebut.

1.5. Sistematika Penulisan

Penulisan laporan kerja magang ini terbagi atas 4 bab, dimana antara bab satu dengan bab yang lainnya terdapat ikatan. Adapun sistematika penulisan laporan kerja magang yang berjudul Efektifitas Pemasaran Permen Melalui *Direct Selling* Pada PT Centa Aneka Rasa yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang hal-hal yang melatar belakangi pelaksanaan kerja magang, maksud dan tujuan penulis melakukan kerja magang, waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang dan sistematika penulisan laporan kerja magang.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menjabarkan tentang gambaran umum dari perusahaan mulai dari sejarah perusahaan, profil perusahaan, struktur organisasi perusahaan, dan landasan teori yang berhubungan dengan penelitian ini dan praktek kerja magang.

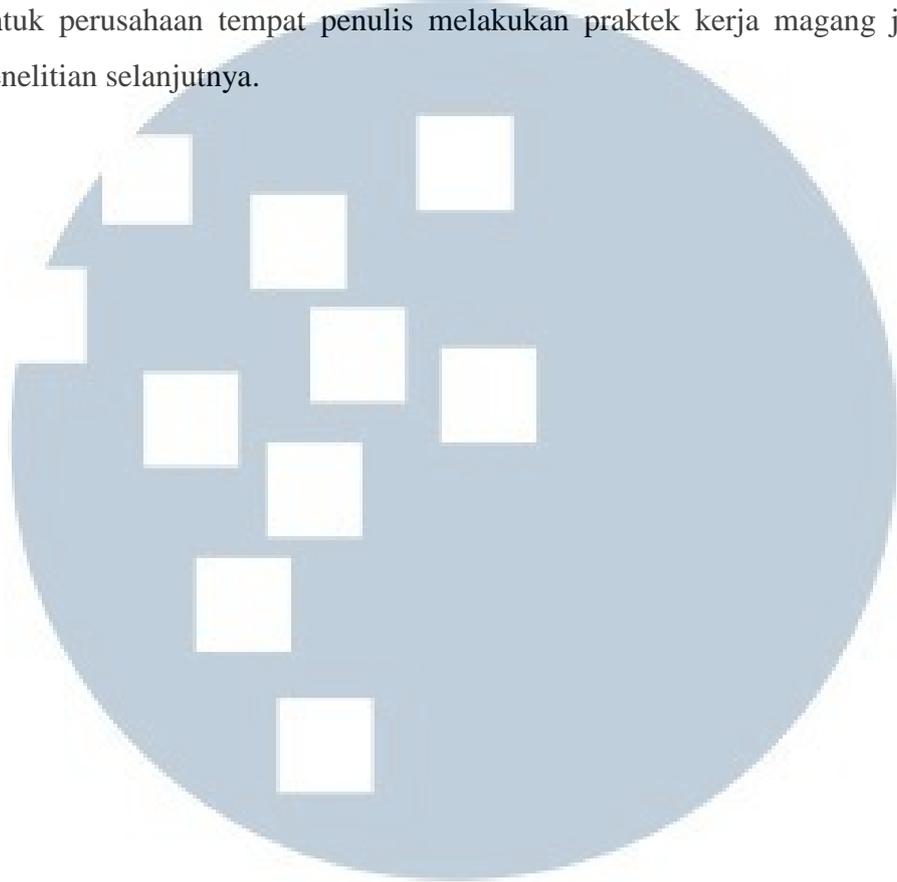
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Bab ini berisi tentang pelaksanaan kerja magang yang berisikan kedudukan dan koordinasi penulis dalam struktur organisasi perusahaan, tugas-tugas yang dikerjakan penulis selama pelaksanaan kerja magang, proses kerja magang, kendala-kendala yang dihadapi selama pelaksanaan kerja magang, solusi atas kendala yang ditemukan.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini penulis menjabarkan tentang sejumlah kesimpulan yang berkaitan dengan teori-teori yang penulis dapat selama proses kegiatan perkuliahan dengan

kenyataan dalam praktek kerja magang. Selain itu, bab ini juga memaparkan saran untuk perusahaan tempat penulis melakukan praktek kerja magang juga untuk penelitian selanjutnya.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA