

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat dan modern, akan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan yang bergerak dibidang industri, penjualan maupun jasa. Dengan keadaan seperti ini, tentu saja tidak menutup kemungkinan perusahaan-perusahaan tersebut akan bersaing ketat dengan perusahaan yang mengeluarkan produk yang sejenis. Perusahaan hendaknya menyadari bahwa dengan adanya persaingan tersebut sangat sulit bagi perusahaan untuk membangun reputasi perusahaan, demikian pula sebaliknya sangat mudah untuk kehilangan reputasi perusahaan.

Agar perusahaan tetap mampu bersaing dengan perusahaan lain yang mengeluarkan produk sejenis dan produk substitusi, maka manajemen perusahaan harus mampu mengolah perusahaannya dengan baik. Supaya konsumen atau pelanggan yang ada tidak beralih kepada perusahaan lain. Perusahaan dituntut untuk lebih memahami segala kebutuhan dan keinginan konsumen atau perusahaan harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu juga diperlukan pemasaran yang baik.

Dengan pemasaran produk yang baik maka akan dapat meningkatkan penjualan dan merebut pangsa pasar. Jika itu sudah terjadi maka dapat dipastikan perusahaan akan mendapatkan laba yang maksimal. Jika pemasaran produk yang dilakukan tidak atau kurang tepat maka akan terjadi penurunan penjualan yang akan memberi dampak penurunan pendapatan yang diterima oleh perusahaan.

Pemasaran dalam suatu perusahaan merupakan salah satu faktor yang penting dan turut menentukan kelangsungan hidup bagi suatu perusahaan sebab kegagalan dalam memasarkan barang akan berakibat fatal, keuntungan yang diharapkan tidak akan tercapai. Hal ini mengakibatkan perusahaan akan terancam bahaya kebangkrutan.

Dalam memasarkan barang yang dihasilkan oleh perusahaan perlu mengenal bauran pemasaran (*marketing mix*) yang berisi empat kegiatan utama dalam pemasaran. Empat kegiatan utama dalam pemasaran yaitu produk, harga,

promosi dan tempat. Keempat unsur tersebut saling berhubungan erat antara satu dengan lainnya. Sehingga manajemen tidak boleh hanya menekankan pada salah satu unsur saja apabila ingin meningkatkan volume penjualan.

Demikian halnya dengan PR. Gagak Hitam yang bergerak dalam usaha dagang yang berusaha untuk mempertahankan pangsa pasarnya sehingga produk yang dipasarkannya dapat terus dipertahankan bahkan ditingkatkan, hal ini sangat penting mengingat salah satu sumber pendapatan PR. Gagak Hitam adalah dari penjualan berbagai produknya yaitu Rokok Gagak Hitam Kretek, Rokok Gagak Hitam Gold (kretek), Rokok Hitam Filter diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan serta menjadi produk unggulan yang siap bersaing dengan produk sejenis di Indonesia. Adapun upaya yang dilakukan oleh PR. Gagak Hitam untuk meningkatkan penjualan produk, “Rokok Gagak Hitam Kretek, Rokok Gagak Hitam Gold (kretek), Rokok Hitam Filter” yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) dengan cara memperkenalkan produk, harga, promosi dan tempat kepada masyarakat supaya lebih mengenal rokok gagak hitam. Selain itu juga dapat memperkenalkan produk rokok gagak hitam dengan menggunakan media cetak dan media elektronika, disertai dengan pembagian *merchandise* untuk memberikan informasi yang akurat dan jelas serta pelayanan yang optimal/total terhadap konsumen.

Dengan adanya bauran pemasaran (*marketing mix*) tersebut diharapkan produk yang dihasilkan akan dikenal oleh masyarakat luas dan membangun merk yang kuat serta memiliki identitas yang dapat menggambarkan suatu volume yang akan menancap dalam benak konsumen, serta dapat menarik minat beli konsumen atau calon pembeli sehingga tercapai tujuan perusahaan yaitu meningkatkan volume penjualan, serta menjadikannya posisi leader di pasar. Oleh karena itu, adanya tenaga kerja yang terampil dan siap pakai sangat diperlukan karena faktor manusia mempunyai peranan yang sangat penting dan dominan.

Untuk itu Magang Kerja Industri (MKI) merupakan kegiatan dalam kurikulum Politeknik yang bertujuan agar mahasiswa mendapatkan pengalaman dari kondisi yang nyata dan dapat dijadikan bekal untuk terjun di lapangan dan masyarakat. Magang Kerja Industri (MKI) merupakan suatu kewajiban bagi setiap

mahasiswa Politeknik Negeri Jember terutama bagi program D4, yang mana waktu pelaksanaannya dilakukan pada semester VIII (delapan) selama 512 jam atau disetarakan dengan tiga bulan. Dengan adanya kegiatan Magang Kerja Industri (MKI) ini diharapkan mahasiswa mampu mendapatkan ilmu dan pengalaman baru yang tidak didapatkan di akademis baik secara kuliah maupun praktikum, dengan demikian mahasiswa memiliki suatu kemampuan dan keahlian dibidangnya masing-masing sehingga mahasiswa memiliki kualitas yang siap untuk bersaing dalam mencari pekerjaan.

1.2 Tujuan

1.2.1 Tujuan Umum

1. Menambah wawasan bagi mahasiswa tentang kegiatan-kegiatan diperusahaan secara umum.
2. Mahasiswa mampu mengaplikasikan ilmu yang didapat pada saat kuliah di lapangan.

1.2.2 Tujuan Khusus

1. Mahasiswa dapat mengetahui tentang bauran pemasaran (*marketing mix*) pada produk Rokok Gagak Hitam di Perusahaan Rokok Gagak Hitam.

1.3 Manfaat Magang Kerja Industri (MKI)

1. Meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam proses bauran pemasaran (*marketing mix*) Rokok Gagak Hitam.
2. Mempercepat proses penyerapan pengetahuan bagi mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja secara nyata.
3. Sebagai media pembelajaran dalam memperkuat kemampuan sosial yang dibutuhkan dalam dunia kerja.

1.4 Tempat dan Waktu Pelaksanaan Magang Kerja Industri (MKI)

Pelaksanaan kegiatan magang kerja industri bertempat di PR Gagak Hitam yang beralamat di Desa Pakuniran RT. 07/RW.04 yang berada di Kecamatan Maesan, Kabupaten Bondowoso, Jawa Timur. Waktu pelaksanaan Magang Kerja Industri di mulai pada tanggal 03 Maret 2014 dan berakhir pada tanggal 24 Mei 2014.