

LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)

PEMASARAN PADA UD. BAROKAH JAYA



Oleh
JAYADINATA D 1761226

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG
2021**

LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)
UD. BAROKAH JAYA PERAK JOMBANG



Oleh:

Jaya Dinata D

1761226

Mengetahui/Menyetujui,
Dosen Pembimbing Lapangan

(.....)

03 April 2021

Koordinator

(Jaya Dinata d.....)

Mengetahui/Menyetujui,
Pendamping Lapangan

(Sumanto.....)

Mengetahui/Menyetujui,
Ka. Prodi Manajemen

(Abdul Hidayati.....)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Tiada kata yang pantas penulis ucapkan selain Alhamdulillah, rasa syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas nikmatnya-lah penulis dapat menyelesaikan Laporan Kuliah Kerja Magang (KKM) ini dengan judul "PEMASARAN PADA UD. BAROKAH" . Pada dasarnya, tujuan dibuatnya Laporan Kuliah Kerja Magang ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam membuat Skripsi serta untuk melatih mahasiswa mempelajari dunia kerja yang sesungguhnya.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra.Yuniep Mujati S, M.SA, selaku Ketua STIE PGRI Dewantara Jombang.
2. Ibu. Kristin Juwita, SE., MM selaku dosen pembimbing lapangan
3. Segenap jajaran dosen STIE PGRI DEWANTARA Jombang yang telah memberikan ilmunya.
4. Pemiliki UD. Barokah yang telah memberikan izin dalam melaksanakan Kuliah Kerja Magang (KKM).
5. Segenap karyawan UD. Barokah yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama melaksanakan KKM.
6. Orang tua dan teman-teman STIE PGRI Dewantara Jombang yang telah memberikan motivasi baik berupa materi dan moral.

Penulis sadar bahwa dalam penulisan laporan KKM ini tak luput dari kekurangan, untuk itu penulis mohon maaf. Penulis mengharapkan berbagai masukan yang berkaitan dengan isi laporan agar ke depannya penulis dapat berbuat yang lebih baik lagi. Semoga laporan KKM ini memberikan manfaat, tak hanya bagi penulis sebagai pihak yang terjun langsung melakukan praktek kerja, tetapi pihak lain yang membacanya.

Jombang, 3 April 2021

JAYADINATA D

DAFTAR ISI

Halaman

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| KATA PENGANTAR..... | iii |
| DAFTAR ISI..... | v |
| DAFTAR GAMBAR..... | vii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | viii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Tujuan dan Manfaat..... | 2 |
| 1.3 Lokasi, Waktu dan Tempat Kuliah Kerja Magang..... | 4 |
| BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG | |
| 2.1 Sejarah Perusahaan | 5 |
| 2.2 Struktur Organisasi | 6 |
| 2.3 Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan | 8 |
| 2.4 Kegiatan Umum Perusahaan..... | 8 |
| BAB III PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG | |
| 3.1 Pelaksanaan Kerja yang dilakukan di Tempat Magang..... | 14 |
| 3.2 Kendala Yang dihadapi..... | 16 |
| 3.3 Cara Mengatasi Kendala..... | 17 |
| BAB IV KESIMPULAN | |
| 4.1 Kesimpulan | 20 |
| 4.2 Saran | 21 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 22 |
| LAMPIRAN..... | 23 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--------------------------------------|---------|
| Gambar 2.1 Struktur Organisasi | 6 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Telah Melaksanakan KKM

Lampiran 2 Formulir Penilaian Kuliah Kerja Magang (KKM)

Lampiran 3 Formulir Kegiatan Harian Mahasiswa

Lampiran 4 Dokumentasi Kuliah Kerja Magang (KKM)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi seperti sekarang ini kemajuan teknologi sangatlah pesat, perkembangannya kian hari kian meningkat dan persaingan pun kian ketat. Banyak masalah yang timbul di berbagai kalangan, dan semua masalah muncul karena perbedaan pendapat antara manusia satu dengan manusia lainnya. Dari sekian banyak masalah yang paling sering dihadapi oleh setiap masyarakat adalah sulitnya mencari lahan pekerjaan. Kita sebagai manusia yang memiliki visi misi, tujuan, strategi, dan wawasan kedepan hendaknya tidak melupakan akan perkembangan teknologi yang mempunyai arti penting dalam suatu pekerjaan, karena hal tersebut menuntut kita untuk mengikuti perkembangan zaman agar tidak ketinggalan dengan informasi yang ada. Saat ini ilmu pengetahuan dan perkembangan teknologi dengan sangat pesat serta dukungan dari media informasi yang sedemikian rupa sehingga mengakibatkan perubahan pola hidup di berbagai kalangan masyarakat tanpa kelas.

Saat ini kebutuhan untuk memperoleh ilmu pengetahuan informasi sangat meningkat dan semua ini di karenakan oleh persaingan manusia atau kelompok/instansi yang sangat ketat demi kemajuan usahanya, sehingga hal ini berdampak terhadap beban setiap mahasiswa karena mereka dituntut untuk mampu menggali informasi dari berbagai sumber.

Kuliah Kerja Magang (KKM) merupakan salah satu syarat kelulusan program sarjana di STIE PGRI Dewantara Jombang. Hal ini ditujukan bagi mahasiswa dalam rangka memperluas wawasan dunia kerja yang akan dihadapi nantinya. Walaupun Praktikan merupakan mahasiswa dari program sarjana pendidikan, namun praktik tersebut memberikan pengalaman berarti untuk persiapan memasuki ke dunia kerja yang sesungguhnya.

Dewasa ini, dunia kerja begitu kompetitif mengingat era globalisasi menuntut pekerjaan yang efisien dan efektif. Lapangan pekerjaan yang tersedia pun semakin sedikit sehingga persaingan lulusan Sarjana menjadi sangat ketat. Selain itu tantangan untuk menghadapi pasar bebas tenaga kerja sebagai konsekuensi dari kesepakatan Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015 juga sudah berjalan. Salah satu solusi untuk menghadapi permasalahan tersebut, institusi pendidikan bekerjasama dengan dunia usaha, mengadakan program Kuliah Kerja Magang. Hal ini bertujuan untuk memperoleh pengalaman kerja yang idealnya akan dialami oleh mahasiswa tempat Kuliah Kerja Magang (KKM) di UD Barokah Jaya. Mahasiswa dilatih keterampilan dan kedisiplinan sebelum terjun ke dunia kerja yang sesungguhnya serta mahasiswa mendapatkan wawasan dan pengetahuan tentang tata cara kerja di Bidang Pemasaran bagian Penjualan. Kuliah Kerja Magang (KKM) ini mengambil judul **“Pemasaran Pada UD Barokah Jaya”**

1.2 Tujuan dan Manfaat

Tujuan dari penyusunan laporan kuliah kerja magang ini adalah :

1. Meningkatkan wawasan pengetahuan, pengalaman, kemampuan dan keterampilan di dunia kerja
2. Mengetahui secara langsung gambaran kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan bidang manajemen pemasaran dan niaga.
3. Mengaplikasikan teori serta bidang ilmu yang sudah didapat dari bangku perkuliahan.
4. Melatih mahasiswa untuk mensosialisasikan diri pada suasana lingkungan kerja yang sesungguhnya berkenaan dengan disiplin ilmu dan tanggung jawab pekerjaan

Dan manfaat yang dapat diperoleh dari penyusunan laporan kuliah kerja magang ini adalah :

1. Mendapatkan pengalaman kerja sesuai dengan kompetensi yang dimiliki sebelum memasuki dunia kerja.
2. Membandingkan dan menerapkan pengetahuan akademis berupa teori dan praktek yang telah didapatkan tentang aktivitas di dalam bidang pekerjaan yang sesuai dengan program studi yang dipelajari yaitu Jurusan Ekonomi STIE PGRI Dewantara Jombang.
3. Menambah wawasan, pengetahuan, pengalaman, kemampuan, dan keterampilan Kuliah Kerja Magang
4. Mempelajari seluk-beluk instansi tempat melaksanakan Kuliah Kerja Magang di UD Barokah Jaya.
5. Mempelajari bidang kerja Pemasaran sub bagian Penjualan di UD Barokah Jaya.

6. Mengarahkan Praktikan untuk menemukan permasalahan maupun data yang berguna dalam penulisan laporan
7. Dapat digunakan sebagai referensi bagi semua pihak yang berkaitan dengan laporan kuliah kerja magang ini.
8. Dapat dijadikan sebagai bahan diskusi dan wacana informasi bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

1.3 Lokasi, Waktu, dan Tempat Pelaksanaan

Tempat pelaksanaan KKM dilaksanakan di UD Barokah Jaya yang berlokasi di Perak Kabupaten Jombang. Dan waktu pelaksanaannya adalah tanggal 03 Maret 2021 sampai tanggal 03 April 2021.

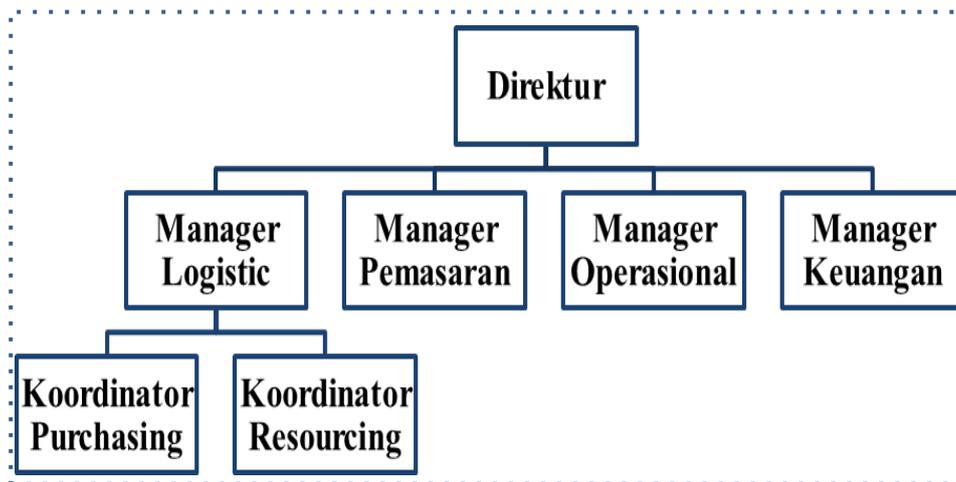
BAB II

GAMBARAN UMUM

2.1 Sejarah Perusahaan

UD Barokah Jaya telah berdiri sejak tahun 2001. UD Barokah Jaya bergerak di bidang furniture yaitu pembuatan kursi,meja,lemari rumah tangga dan sarana dan prasarana kantor. Kami memiliki usaha di bidang furniture / mebel karena usaha ini disesuaikan dengan kebutuhan dan dengan skill yang kami miliki serta faktor pendukung yang memadai untuk mengembangkan usaha ini.

2.2 Struktur Organisasi



Gambar 2.1 Struktur Organisasi UD Barokah Jaya, 2021

Pengelola perusahaan dapat dijabarkan sebagai berikut :

- a. Direktur/Pemilik

Bertugas sebagai pengendali utama dan bertanggung jawab terhadap keberlangsungan usaha.

b. Manajer Operasional

Bertugas sebagai pengendali dan bertanggung jawab terhadap kegiatan produksi dan operasi yang berkaitan dengan pembelian dan pengiriman barang ke pemakai (user)

c. Manajer Pemasaran

Bertugas melakukan pemasaran dan pelayanan terhadap konsumen serta menjalin kerjasama dengan berbagai pihak guna memperluas perkembangan usaha.

d. Manajer Keuangan

Bertugas sebagai penanggung jawab pembuat surat jalan, surat tagihan mingguan ke client.

e. Manajer Logistic

Bertugas sebagai penanggung jawab ketersediaan barang di UD Barokah Jaya.

f. Koordinator *Purchasing*

Bertugas sebagai penanggung jawab ketersediaan bahan baku dan kualitas barang di UD Barokah Jaya.

g. Koordinator *Resourcing*

Bertugas sebagai penanggung jawab pencarian barang yang dibutuhkan oleh UD Barokah Jaya

2.3 Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan

VISI : Dengan berlandaskan iman dan taqwa UD. Barokah Jaya menjadi salah satu perusahaan yang paling maju, produktif dan berkompetitif .”

MISI:

- a) Menciptakan tenaga kerja yang ahli dan kompeten serta memiliki iman taqwa dan iptek yang kuat.
- b) Memuaskan Konsumen.
- c) Menjadi perusahaan yang terdepan di bidangnya.
- d) Memperluas lapangan kerja untuk kemakmuran masyarakat sekitar tempat produksi.

2.4 Kegiatan Umum Perusahaan

Kegiatan operasional pada UD Barokah Jaya adalah Pemasaran produk pertanian yaitu beras. Pemasaran Beras perlu diperhatikan agar kualitas produk tetap terjaga. Karakteristik produk beras memerlukan penanganan pemasaran yang berbeda dengan produk yang lain. Pemasaran merupakan aspek penting dalam sebuah bisnis. Pemasaran tidak terfokus pada bagaimana produk dapat terjual, namun bagaimana produsen dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan bagaimana produsen memperluas jaringan pemasaran.

Pemasaran mempunyai peranan yang penting dalam masyarakat karena pemasaran menyangkut berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang ekonomi dan sosial. Pemasaran ini memegang peranan yang sangat penting. Karena bersangkutan dengan kelangsungan hidup perusahaan. Maka dari itu

perusahaan harus dapat melakukan perkembangan untuk dapat mencapai tujuan perusahaan dalam memperoleh laba. Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan aset proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan penyampaian nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemilik kepentingan. (Kotler, 2016)

1. Bidang kegiatan transaksi atau transfer yang meliputi:

a. Pembelian (*Buying*)

Peran fungsi pembelian adalah untuk mengadakan material dan part pada kualitas yang tepat dan kuantitas yang tersedia untuk digunakan dalam operasi pada waktu yang tepat dan tempat yang tepat . Kegiatan yang termasuk fungsi pembelian dalam pemasaran terdiri dari berbagai kegiatan yang berbeda, tetapi saling berhubungan, yang dijalankan oleh produsen, pedagang besar, dan pengecer. Kegiatan ini meliputi penyusunan dan implementasi dari kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur penentuan kebutuhan dan keinginan konsumen, pemilihan sumber-sumber suplai, pengujian ketepatan tersedianya barang, negosiasi harga saat pengiriman, dan hal-hal lain yang menyangkut pemindahan hak atau transaksi.

b. Penjualan (*Selling*)

Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Kegiatan penjualan terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan

permintaan (*demand*), menemukan pembeli, negosiasi harga, dan syarat-syarat pembayaran.

2. Bidang kegiatan suplai fisik, yang meliputi:

a. Pengangkutan (*Transportation*)

Didalam transaksi pembelian dan penjualan terdapat kegiatan pemindahan barang. Pengangkutan sebagai proses (*process*), yaitu serangkaian perbuatan mulai dari pemuatan ke dalam alat angkut, kemudian di bawa menuju ke tempat yang telah ditentukan, dan pembongkaran atau penurunan di tempat tujuan (Tjakranegara, 2013)

Dalam transaksi terjadi perpindahan hak milik yang menimbulkan perpindahan lokasi barang, yang merupakan fungsi pengangkutan. Oleh karena itu seluruh kegiatan atau proses pemasaran terdapat kegiatan atau fungsi pengangkutan. Pelaksanaan fungsi pengangkutan mempunyai sasaran untuk dapat memindahkan barang ke tempat tujuan yang diharapkan tepat dalam jumlah, waktu, dan mutu dengan biaya yang seminimal mungkin. Oleh karena itu, penekanan pelaksanaan fungsi pengangkutan tidak hanya dari efisiensinya tetapi juga efektivitasnya.

b. Pergudangan/Penyimpanan (*Storage*)

Gudang adalah bangunan yang digunakan untuk menyimpan barang. Barang-barang yang disimpan di dalam gudang dapat berupa bahan

baku, barang setengah jadi, suku cadang, atau barang dalam proses yang disiapkan untuk diserap oleh proses produksi. (Warman, 2012) Jasa pergudangan dibutuhkan untuk menciptakan daya guna karena waktu. Kegunaan ini timbul karena waktu dibutuhkannya suatu produk tidak sama dengan waktu diproduksinya, atau jumlah yang dibutuhkan dari suatu saat tidak sama dengan jumlah yang dihasilkan dari saat tersebut. Karena perbedaan periode waktu tersebut, maka dibutuhkan proses pemasaran dengan beberapa fungsi terutama pergudangan

3. Bidang kegiatan penunjang untuk memperlancar arus kegiatan transaksi dan arus barang, yang meliputi:

a. Penjajaan (*Merchandising*)

Penjajaan dilakukan dengan menampilkan produk itu baik dalam mengenalkan dan menunjukan, juga mendemonstrasikan dan menjelaskan identifikasi serta ciri-ciri produk tersebut. Fungsi penjajaan menyangkut bermacam-macam strategi yang perlu dilakukan oleh pengusaha untuk memungkinkan terjadinya transaksi jual-beli.

b. Standarisasi dan *Grading*

Fungsi ini merupakan penunjang bagi keberhasilan atau kelancaran terjadinya transaksi, yang menyebabkan perpindahan hak dan perpindahan fisik barang. Kedua kegiatan standarisasi dan grading ini sangat erat hubungannya. Dengan menentukan batas-

batas dasar untuk tingkat atau *grade* dari produk yang merupakan dasar pemilihan produk untuk kegiatan pengolahan lebih lanjut atau dasar pemenuhan tingkat kepuasan konsumen. Jadi yang dimaksud dengan *grading* adalah pemilihan nyata dari suplai barang atau produk menurut standar yang telah ada, atau yang telah disusun.

c. Pembelanjaan (*Financing*)

Fungsi pembelanjaan mencakup pengelolaan sumber dan pengalokasian dana, termasuk pengaturan syarat-syarat pembayaran atau kredit yang dibutuhkan dalam rangka usaha untuk memungkinkan barang atau produk mencapai konsumen akhir atau pemakai industri. Dalam mengatasi kebutuhan dana bagi pelaksanaan kegiatan pemasaran, terdapat banyak bantuan untuk memenuhi fungsi pembelanjaan ini, seperti lembaga keuangan, perbankan, dan perusahaan dagang yang memberikan cicilan.

d. Penanggungungan risiko (*Risk Taking*)

Dalam pemasaran barang dan jasa selalu terdapat sejumlah risiko yang tidak dapat dihindarkan. Risiko yang terdapat dalam pemasaran mencakup penurunan mutu (*deterioration*), penuaan (*obsolescence*), kehilangan atau pencurian, kerusakan, tidak berharga lagi, perpanjangan kredit, dan perubahan penawaran atau permintaan, yang semuanya itu mempunyai dampak terhadap

harga. Risiko ini terutama disebabkan pergerakan atau perpindahan barang melalui saluran pemasaran sering memakan waktu, sehingga terjadi perubahan harga

e. Informasi pasar (*Market Information*)

Untuk dapat menentukan produk yang akan dihasilkan dengan tepat, dibutuhkan informasi, baik dari konsumen maupun informasi mengenai perusahaan pesaing lainnya.

Kesembilan kegiatan diatas sering disebut sebagai fungsi pemasaran.

BAB III

PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG

3.1 Pelaksanaan Kerja yang dilakukan di tempat magang

Selama pelaksanaan KKM ini penulis mencoba mengamati, mempelajari serta ikut terlibat langsung dalam segala kegiatan di UD Barokah Jaya baik kegiatan produksi, pemasaran, maupun kemitraan. Penulis berusaha untuk mendapatkan data dan informasi berdasarkan rincian rencana kerja yang telah dibuat sebelumnya dalam Kuliah Kerja Magang (KKM) yang telah disetujui oleh dosen pembimbing serta pendamping lapangan. Untuk keterangan kegiatan rutin yang dilakukan oleh penulis langsung setiap harinya selama pelaksanaan kegiatan berlangsung terlampir pada Lampiran 1.

Sebagai bahan acuan kerja dalam melakukan Kuliah Kerja Magang (KKM), penulis menjabarkan rangkaian kerja dengan mengklasifikasikan kegiatan tiap minggunya. Pada minggu sebelum KKM penulis mencoba berkunjung ke lokasi KKM dengan maksud mencoba menjalin tali silaturahmi serta menginformasikan kepada pimpinan UD Barokah Jaya bahwa penulis akan melaksanakan kegiatan KKM sehingga penulis tidak mendapatkan hambatan dari pihak manapun.

Pada minggu Pertama, merupakan tahapan pengenalan perusahaan. Penulis memahami dan mempelajari visi misi, target, struktur organisasi UD Barokah Jaya serta mengenal produk-produk yang dipasarkan oleh UD

Barokah Jaya. Penulis diberikan arahan tentang cara merekap *purchase order*, *daily order*, serta cara input data keuangan mingguan. Penulis mempelajari dan mengikuti aktivitas bongkar muat, sortasi, dan proses beras. Selain itu, pendamping KKM mengajak penulis mengunjungi mitra-mitra bisnis UD Barokah Jaya yang berada di daerah Jombang

Pada minggu Kedua, penulis mempelajari lebih detail aktivitas manajemen pemasaran yang dijalankan perusahaan mulai dari *warehouse* hingga ke *client*. Penulis juga sudah mulai mengambil data bauran pemasaran perusahaan guna melengkapi laporan penulis. Penulis juga melakukan pemeriksaan data pengiriman Barang. Rekap tersebut berguna untuk menyamakan penjualan antara pihak UD Barokah Jaya dan *Client*. Rekap tersebut juga digunakan untuk mengetahui berapa banyak barang yang sudah keluar selama sebulan itu dan untuk mengetahui produk mana saja yang sering mengalami potongan

Pada minggu Ketiga, penulis mempelajari pola kemitraan di perusahaan serta proses penerimaan barang setengah jadi dari mitra pemasok. Penulis tidak hanya mempelajari dan mengikuti aktivitas di bidang pemasaran saja melainkan seluruh aktivitas perusahaan lainnya juga penulis ikuti seperti aktivitas produksi dan kemitraan. Penulis mengikuti proses bongkar muat beras barang gudang, selain itu penulis juga membantu melakukan pengecekan dan pencatatan produk yang baru datang di gudang

Pada minggu Keempat, setelah mempelajari aktivitas pemasaran di UD

Barokah Jaya, penulis memperbarui *flowchart* saluran distribusi di UD Barokah Jaya. Penulis juga berdiskusi dengan karyawan dan pendamping KKM mengenai proses pemasaran produk di UD Barokah Jaya. Selain itu, penulis mengikuti aktivitas produksi seperti melakukan kegiatan quality control di gudang

3.2 Kendala Yang dihadapi

Setiap perusahaan pasti memiliki kendala yang berbeda-beda baik dalam bidang produksi, teknologi, ataupun pemasaran. Beberapa kendala dalam bidang pemasaran di UD Barokah Jaya adalah sebagai berikut:

1. Faktor Panen yang Musiman Menghambat proses pemasaran

Masalah kekurangan persediaan produk yang disebabkan faktor bahan baku terjadi di UD Barokah Jaya, akibatnya perusahaan tidak bisa memenuhi pesanan sesuai *purchase order*. Jika terdapat kelangkaan stock produk, perusahaan harus membuat perencanaan sumber alternatif. Biasanya jika salah satu stock jenis produk tidak ada, maka perusahaan melakukan pembelian produk setengah jadi. Perusahaan harus berpikir cepat untuk menghadapi permasalahan seperti ini, karena jika tidak dicarikan solusi para *client* akan mencari perusahaan lain yang dapat memenuhi kebutuhan produk mereka.

2. Kurang SDM dalam bidang pemasaran

Kurangnya karyawan dalam bidang pemasaran sehingga membuat proses pemasaran kurang maksimal. Jika karyawan bidang pemasaran diperbanyak maka dapat membantu mengatasi permasalahan-

permasalahan yang ada. Kurangnya control terhadap prroduk, terkadang membuat *miss communication* antara pihak konsumen

3.3 Cara Mengatasi Kendala

Adapun cara untuk mengatasi kendala yang KKM hadapi adalah sebagai berikut:

1. Masalah kekurangan persediaan produk yang disebabkan faktor bahan baku. Ketersediaan bahan baku merupakan salah satu faktor penting bagi sebuah usaha mebel dalam menjaga kualitas, kuantitas dan kesinambungan produksinya. Perkembangan usaha mebel harus didukung dengan pengadaan bahan baku yang tepat waktu. Oleh karena itu ketersediaan bahan baku sangat menentukan terlaksananya proses produksi secara optimal, sehingga rencana produksi dapat direalisasikan.

Pada proses pengadaan bahan baku tidak akan terlepas dari resiko kelebihan maupun kekurangan persediaan bahan baku. Persediaan bahan baku yang melampaui kebutuhan perusahaan akan mengakibatkan peningkatan biaya persediaan (biaya pemesanan, biaya penyimpanan, biaya pemeliharaan dan lain-lain) yang harus dikeluarkan perusahaan. Selain itu kelebihan persediaan bahan baku akan berakibat pada pengurangan modal kerja, karena dialokasikan pada persediaan bahan baku secara berlebihan. Salah satu cara untuk meminimalkan adanya resiko tersebut adalah dengan melakukan

manajemen persediaan pada perusahaan. Manajemen merupakan suatu proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian dari berbagai sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Manajemen mencakup lima fungsi yang terdiri dari perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengisian staf (*staffing*), kepemimpinan (*leading*), pengendalian (*controlling*) (Terry, 2012). Manajer harus dapat menetapkan arah tujuan perusahaan, memberikan kepemimpinan untuk mencapai tujuan tersebut serta membuat keputusan mengenai bagaimana menggunakan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan

Untuk menganalisis masalah yang pertama, yaitu UD Barokah Jaya melakukan penentuan jumlah pembelian bahan baku yang ekonomis untuk setiap kali pembelian. Untuk kelancaran proses produksinya maka setelah mengetahui kebutuhan bahan bakunya perusahaan perlu menghitung berapa kali pembelian harus dilakukan. Untuk menentukan persediaan pengaman, UD Barokah Jaya menghitung perkiraan pemakaian bahan baku dengan pemakaian bahan baku sesungguhnya. Dari sejumlah bahan baku yang masih tersisa di gudang pada saat perusahaan melakukan pemesanan bahan baku, perusahaan hanya mentolelir risiko kekurangan bahan sebanyak 5%, sehingga perusahaan hanya memenuhi kebutuhan bahan baku sebesar 95%.

2. Masalah kurangnya karyawan dalam bidang pemasaran, Sumber daya manusia merupakan komponen yang sangat penting bagi kemajuan perusahaan. Saat ini perusahaan memiliki 2 orang karyawan bagian pemasaran, untuk itu UD Barokah Jaya melengkapi karyawan bagian pemasaran dengan fasilitas yang memadai agar memudahkan pekerjaan. Adanya fasilitas kerja yang disediakan oleh perusahaan sangat mendukung karyawan dalam bekerja. Fasilitas kerja tersebut sebagai alat atau sarana dan prasarana untuk membantu karyawan agar lebih mudah menyelesaikan pekerjaannya dan karyawan akan bekerja lebih produktif. Dengan adanya fasilitas yang memadai akan menjadi salah satu faktor pendukung tercapainya efisiensi dan efektifitas suatu pekerjaan yang dilakukan sumber daya manusia tersebut. Dengan mengetahui hal tersebut dan kemungkinan yang kecil untuk dilengkapinya fasilitas- fasilitas pendukung tersebut mengingat disini penulis bukan orang yang berwenang untuk mengajukan hal tersebut, maka penulis mengatasi kendala tersebut dengan menanyakan karyawan lain untuk mengerjakan tugas agar cepat terselesaikan

BAB IV

KESIMPULAN

4.1. Kesimpulan

Dari kegiatan KKM yang telah penulis lakukan, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa aktivitas pemasaran yang diterapkan oleh UD Barokah Jaya adalah *bisnis to bisnis*, yang mana produk dipasarkan ke bisnis lain untuk digunakan dalam mendukung operasional mereka. Segmentasi pasar yang dipilih perusahaan seperti catering industri, boarding school, dan pasar induk. Target sasaran perusahaan adalah pedagang besar yang membutuhkan pasokan beras dalam skala besar. Perusahaan berfokus pada pemasaran produk di wilayah Jombang, Mojokerto dan Kediri. Selain itu UD Barokah Jaya menyediakan berbagai jenis produk mebel dengan kuantitas yang bervariasi sesuai dengan *purchase order* dan *daily order* yang diterima. Harga produk yang ditawarkan perusahaan UD Barokah Jaya dijual relative bagus dengan pemberian potongan harga. Promosi yang dilakukan perusahaan adalah *word of mouth* dan secara online. Perusahaan yang bergerak di bidang furniture ini memiliki tata ruang yang rapi agar kualitas beras selalu terjaga. Gudang dan kantor perusahaan dilengkapi dengan berbagai peralatan yang menunjang kegiatan produksi

Ada beberapa kendala pemasaran yang terjadi di perusahaan, yaitu faktor bahan baku sehingga menyebabkan kekurangan persediaan dan mengganggu proses pemasaran, dan kurang SDM dalam bidang pemasaran

4.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diuraikan di atas, penulis berusaha memberikan saran dalam kegiatan pemasaran di UD Barokah Jaya, antara lain

- a. Karyawan produksi lebih berhati-hati dalam melakukan kegiatan bongkar muat agar tidak terjadi kerusakan yang disebabkan karena kelalaian para karyawan yang tidak berhati-hati memindahkannya.
- b. Perusahaan menambah SDM dalam bidang pemasaran agar proses pemasaran lebih terkontrol dan terkendali lagi
- c. Promosi yang dilakukan tidak hanya menggunakan *mouth to mouth* tetapi memanfaatkan *website* juga agar pangsa pasar bisa lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P. a. (2016). *Marketing Managemen*,. Pearson Education,Inc.
- Terry, G. d. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Tjakranegara, S. (2013). *Hukum Pengangkutan Barang dan Penumpang*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Warman, J. (2012). *Manajemen pergudangan*. Jakarta.: Pustaka sinar harapan.