LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)
STRATEGI PEMASARAN KACAMATA
OPTIK EVA JOMBANG

Oleh:

Ferdian Putra Hidayat 1961206

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
PGRI DEWANTARA
JOMBANG
2022

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)
STRATEGI PEMASARAN KACAMATA
OPTIK EVA JOMBANG

Oleh:

Ferdian Putra Hidayat
NIM. 1961206

Menyetujui,
Dosen Pendamping Lapangan

(Chusnul Rofiah, SE., MM)

20 September 2022

(Ferdian Putra Hidayat)

Menyetujui,
Pendamping Lapangan

(Taufik, Amd., RO)

Menyetujui,
Ka. Prodi Manajemen

(Dr. Erminati Pancaningrum, ST., MSM)

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat Nya sehingga Laporan Kuliah Kerja Magang (KKM) ini dengan judul "STRATEGI PEMASARAN KACAMATA OPTIK EVA JOMBANG", dapat terselesaikan dengan baik.

Hal ini tentunya tak lepas dari beberapa bantuan dorongan serta bimbingan yang sangat berguna bagi penulis maupun pihak lain. Penulis menyadari bahwa penulisan laporan KKM ini tidak berhasil tanpa bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Erminati Pancaningrum, S.T., MSM selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE PGRI Dewantara Jombang.
2. Dosen Pembimbing Lapangan (DPL), Chusnul Rofiah, SE., MM
3. Direktur Optik Eva Jombang bapak Taufik, Amd., RO.

Laporan ini disusun guna melengkapi persyaratan mengikuti mata Kuliah Kerja Magang pada semester 7. Laporan Kuliah Kerja Magang mahasiswa Program Studi Manajemen Pemasaran dilaksanakan pada perusahaan Optik Eva Jombang. Penyusunan laporan magang ini sangat jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan yang harus di perbaiki. Segala bentuk kritik dan saran dengan senang hati diterima dan diharapkan dapat membantu penulis dalam penulisan laporan selanjutnya agar lebih baik lagi. Semoga laporan magang di Optik Eva Jombang dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca.

Jombang, 20 September 2022

Ferdian Putra Hidayat

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN i
KATA PENGANTAR ii
DAFTAR ISI iii
DAFTAR GAMBAR iv
DAFTAR LAMPIRAN v
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Kuliah Kerja Magang 1
1.2 Tujuan Kuliah Kerja Magang 2
1.3 Manfaat Kuliah Kerja Magang 3
1.4 Tempat Kuliah Kerja Magang 3
1.5 Jadwal Pelaksanaan Kuliah Kerja Magang 3
BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG 4
2.1 Sejarah Perusahaan 4
2.2 Kegiatan Umum Perusahaan 4
BAB III PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG 6
3.1 Pelaksanaan Kerja Magang 6
3.2 Hasil Pengamatan di Tempat Magang 7
3.3 Usulan Pemecahan Masalah/Solusi 7
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN 13
4.1 Kesimpulan 13
4.2 Saran 13
DAFTAR PUSTAKA 14
GAMBAR KEGIATAN 15
LAMPIRAN 16

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Perusahaan 4
Gambar 2.2 Struktur Organisasi 5
Gambar 6.1 Pemeriksaan Mata dengan Komputer Sistem 15
Gambar 6.2 Pengukuran PD dengan PD Digital 15
Gambar 6.3 Pemeriksaan Mata Manual 15
Gambar 6.4 Pemilihan Frame 15
Gambar 6.5 Edukasi Tentang Lensa 15

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Penilaian KKM dari Dosen Pembimbing Lapangan 16
Lampiran 2 Penilaian KKM dari Pendamping Lapangan 17
Lampiran 3 Formulir Kegiatan Harian Mahasiswa 18

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kuliah Kerja Magang

Kuliah Kerja Magang (KKM) merupakan kegiatan intrakurikuler yang dikemas dalam sebuah mata kuliah yang wajib dilaksanakan oleh seluruh mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang. KKM adalah suatu bentuk proses pembelajaran mahasiswa yang mendukung program pendidikan di STIE PGRI Dewantara Jombang dan program teknis praktis yang ditemukan dilapangan.

Penyelenggaraan pendidikan keahlian professional yang memadukan secara sistematis dan sinkron antara program pendidikan di STIE PGRI Dewantara Jombang dengan penguasaan keahlian yang diperoleh melalui kegiatan pengalaman langsung di dunia kerja yang mengarah kepada pencapaian tingkat keahlian profesional dalam sebuah pekerjaan tertentu.

Dalam mata kuliah ini kegiatan pembelajaran dilaksanakan langsung dalam dunia kerja. Kegiatan ini bertujuan untuk membekali mahasiswa dengan keahlian praktis yang sesuai dengan situasi dan kondisi kerja nyata yang diperoleh diperguruan tingi sehingga mahasiswa diharapkan lebih memahami dan memiliki keterampilan dalam suatu disiplin ilmu.

Di sisi lain, diperlukan suatu sinergi antara dunia kerja dengan lembaga pendidikan dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia secara lebih luas. Maka KKM ini sekaligus dimaksudkan untuk memahami dan mencari kemampuan dasar yang dinginkan dunia kerja untuk dikembangkan di STIE PGRI Dewantara Jombang sebagai lembaga tenaga profesional yang berorientasi pada dunia kerja, serta mengetahui kemampuan dan pemahaman mahasiswa atas mata kuliah yang didapatkan di kampus dengan dilapangan (dunia kerja) dan mengaplikasikan keilmuan yang didapat selama mejalani perkuliahan.

Menimbang hal tersebut serta berdasar himbauan dari Program Studi Manajemen STIE PGRI Dewanata Jombang, maka sebagai pelaksana, mahasiswa, termotivasi untuk melaksanakan praktek magang di Peusahaan Optik Eva Jombang.

Perusahaan ini bergerak di bidang Optik Kacamata, yang bertempat di Jombang kota.

Memaksimalkan manajemen pemasaran kacamata sangat penting bagi perusahaan/instansi dalam memasarkan produk perusahaan sehingga produk lebih dikenal masyarakat sehingga omset penjualan produk dapat meningkat.

1.2 Tujuan Kuliah Kerja Magang

1.2.1 Tujuan Umum

1. Meningkatkan proses pembelajaran melalui pendidikan berbasis praktik sehingga lulusan menjadi tenaga kerja yang berkualitas dan professional pada kondisi kerja yang sesungguhnya.
2. Meningkatkan pengetahuan melalui pengalaman kerja riil yang diperoleh di dunia kerja, sebagai bekal untuk memahami dunia kerja yang nanti akan dihadapi setelah menyelesaikan pendidikan di STIE PGRI Dewanatara Jombang.
3. Meningkatkan softskill mahasiswa (kemampuan dalam berkomunikasi, meningkatkan rasa percaya diri, memperbaiki sikap dan perilaku).

1.2.2 Tujuan Khusus

1. Melakukan berbagai kegiatan praktik kerja serta mempelajari manajemen yang terdapat pada perusahaan.
2. Menambah pengalaman dan wawasan mengenai dunia kerja di perusahaan.
3. Meningkatkan softskill mahasiswa (kemampuan dalam berkomunikasi, meningkatkan rasa percaya diri, memperbaiki sikap dan perilaku).
4. Meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam mengaplikasikan ilmu manajemen di perusahaan Optik Eva Jombang.
5. Memaksimalkan strategi manajemen pemasaran guna meningkatkan penjualan di perusahaan Optik Eva Jombang.

1.3 Manfaat Kuliah Kerja Magang

1.3.1 Bagi Mahasiswa

1. Mahasiwa mampu mengenal, mengetahui, dan menganalisis kondisi lingkungan kerja.
2. Mahasiswa memiliki pemahaman tentang aplikasi ilmu manajemen dalam dunia kerja.
3. Mahasiswa memiliki keterampilan berkomunikasi dan memiliki rasa percaya diri dalam bersikap dan berperilaku.
4. Mahasiswa mampu memanfaatkan strategi manajemen pemasaran pada perusahaan Optik Eva Jombang.
5. Mahasiswa memiliki kemampuan bekerja dalam kelompok.

1.3.2 Bagi Perusahaan

1. Mendapatkan sharing ilmu dari mahasiswa magang.
2. Terciptanya hubungan yang baik dan adanya pertukaran informasi antara perusahaan Optik Eva Jombang dengan STIE PGRI Dewantara Jombang.
3. Mampu mengetahui apa yang menjadi kekurangan yang ada dalam perusahaan dari hasil temuan mahasiswa magang.

1.4 Tempat Kuliah Kerja Magang

Kuliah Kerja Magang dilaksanakan di Optik Eva Jombang. Perusahaan ini bergerak di bidang Optik Kacamata, yang bertempat di Jln. Kusuma Bangsa No. 7, Tugu, Kepatihan, Jombang.

1.5 Jadwal Pelaksanaan Kuliah Kerja Magang

Jadwal Kuliah Kerja Magang (KKM) dilaksanakan pada tanggal 01 Agustus 2022 s/d 31 Agustus 2022. Dengan jadwal hari Senin - Sabtu jam operasional 08.00 - 16.00 WIB.

BAB II
TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG

2.1 Sejarah Perusahaan

Gambar 2.1 Logo Perusahaan

Optik Eva Jombang beralamat di Jln. Kusuma Bangsa No. 7, Tugu, Kepatihan, Jombang, Jawa Timur. Optik Eva Jombang didirikan oleh Bapak Taufik, Amd., RO pada tahun 2019 yang merupakan Optik cabang keempat. Awal mula Bapak Taufik, Amd., RO Mendirikan perusahaan yang bergerak Optik Kacamata sejak tahun 1999 dimana cabang yang pertama ada di kecamatan Peterongan dengan nama M Raya Optik. Pada tahun 2015 mendirikan cabang kedua yang bekerja sama dengan Dokter Spesialis Mata dari Klinik Mata Jombang dengan nama Optik KMJ yang sekarang beralamat di Jln. KH. Hasyim Asy'ari No. 99, Plandi, Jombang. Tahun 2017 mendirikan cabang ketiga yang beralamat di Jln. Raya Mojoagung Sumobito Km 1 Ruko Puri Gading No. 3 Mojoagung dengan nama Optik Eva Mojoagung.

Optik Eva Jombang memiliki Visi menjadi pusat pelayanan kacamata terbaik, unggul, dan terlengkap di kota Jombang. Sedangkan Misi memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, selalu mengikuti perkembangan teknologi terbaru, dan meningkatkan kopetensi sumber daya manusia

2.2 Kegiatan Umum Perusahaan

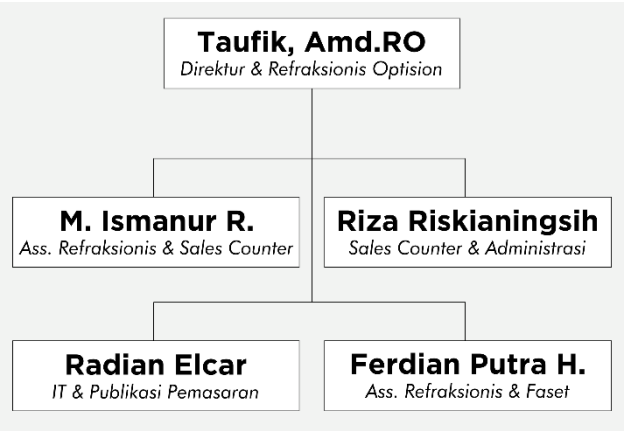
Optik Eva Jombang adalah perusahaan yang bergerak dibidang Optik Kacamata yang telah berpengalaman melayani masyarakat dalam mengatasi kelainan refraksi. Seperti miopia, hipermetropia, astigmatisma, dan presbiopia. Didukung dengan 4 cabang yang tersebar di kota Jombang sehingga masyarakat bisa datang langsung ke cabang terdekat utuk melakukan pemeriksaan dan konsultasi tentang mata.

Berikut Produk dan Jasa Optik Eva Jombang

1. Pemeriksaan mata dengan sistem komputer gratis
2. Menerima resep rujukan dari dokter
3. Koleksi frame, sunglass, dan softlens terlengkap

Karena minimnya edukasi tentang menjaga kesehatan mata di masayarakat sehingga banyak dari mereka yang melakukan gaya hidup yang kurang sehat terutama pada mata, seperti kebiasaan membaca buku sambil tidur dan terlalu sering di depan hp, komputer, dan laptop. Kebiasaan tersebut dapat menimbulkan faktor kelainan refraksi dengan keluhan untuk penglihatan jarak jauh merasa buram, dan mata mudah capek saat didepan hp, komputer, dan laptop. Sehingga Optik Eva Jombang memberikan jasa pemeriksaan mata gratis dengan sistem komputer. Setelah pemeriksaan mata customer diberikan edukasi tentang lensa yang sesuai ukuran minus atau silinder dan kebutuhan customer. Selanjutnya pemilihan frame yang sesuai wajah dan selera customer, selain itu kita edukasi tentang material frame yang sesuai dengan mobilitas customer agar pemakaian kacamata lebih nyaman saat digunakan sehari-hari.

Di suatu perusahaan pasti akan membutuhkan struktur organisasi. Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau kegiatan perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan. Adapun struktur organisasi Optik Eva Jombang yang berbentuk organisasi garis (line organization) yaitu:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi

BAB III
PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG

3.1 Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan Kuliah Kerja Magang (KKM) dilaksanakan di Optik Eva Jombang Jln. Kusuma Bangsa No. 7, Tugu, Kepatihan, Jombang selama tiga puluh hari kerja, terhitung dari tanggal 1 Agustus 2022 sampai dengan tanggal 31 Agustus 2022. Dengan jadwal masuk setiap hari Senin – Jum'at mulai pukul 08.00 WIB – 16.00 WIB.

Pada hari pertama Kuliah Kerja Magang (KKM) di jelaskan mengenai ruang lingkup kegiatan perusahaan dan melakukan perkenalan diri kepada staff yang ada di Optik Eva Jombang. Praktikan juga diharapkan dapat meningkatkan kedisiplinan, tanggung jawab dan mampu bekerja terampil dalam melaksanakan Kuliah Kerja Magang (KKM). Selama Kuliah Kerja Magang (KKM) diharuskan mengikuti segala peraturan yang berlaku di Optik Eva Jombang seperti:

1. Mematuhi tata tertib yang berlaku.
2. Selama Kuliah Kerja Magang (KKM) menggunakan pakaian bebas, rapi, dan sopan.
3. Data dan informasi yang di peroleh semata-mata digunakan untuk keperluan akademik.
4. Menjaga nama baik diri sendiri, Universitas, dan Optik Eva Jombang

Pendamping lapangan memberikan bimbingan dan arahan dalam melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Magang (KKM). Pada pelaksanaan Kuliah Kerja Magang (KKM) ini, Praktikan bertugas untuk mengerjakan pekerjaan sehari-hari seperti berikut:

1. Pemeriksaan mata dengan komputer sistem.
2. Mengukur PD customer yang akan diperiksa.
3. Pemeriksaan mata dengan cara manual.
4. Mengedukasi tentang lensa yang akan digunakan.
5. Merekomendasikan frame yang sesuai permintaan dan kebutuhan customer.
6. Membuat nota ketika melakukan transaksi.
7. Memproses lensa untuk dijadikan kacamata.

3.2 Hasil Pengamatan di Tempat Magang

Selama satu bulan melaksanakan magang adapun strategi yang digunakan oleh sebuah perusahaan pasti akan ada hambatan yang ditemui dalam penerapan strategi tersebut, dalam upaya penerapan tersebut ada beberapa hambatan yang ditemui:

- Personal Selling

Sales counter yang bertugas melayani pembeli yang datang langsung ke showroom, dengan berbagai tipe konsumen yang datang tidak mudah bagi sales counter untuk menghadapi tipe konsumen yang mungkin sedikit agresif, agresif dalam arti tidak mudah menerima penjelasan yang diberikan sales counter atau konsumen yang sulit untuk mengerti tentang spesifikasi produk. Dalam hal ini memungkinkan terjadinya miss komunikasi antara sales counter dengan calon konsumen, akibatnya bisa membuat calon konsumen menjadi ragu pada produk tersebut.

- Periklanan

Dalam segi periklanan masalah yang hampir terjadi pada beberapa Toko adalah saat melakukan periklanan adalah pada saat mendesain banner, spanduk dan baliho untuk kepentingan promosi produk baru atau pun, karena di Optik Eva Jombang kekurangan tenaga yang tugasnya untuk mendesain kebutuhan promosi.

3.3 Usulan Pemecahan Masalah/Solusi

Strategi penjualan merupakan suatu cara atau proses untuk meningkatkan volume penjualan produk dalam sebuah toko. Banyak strategi penjualan yang digunakan oleh perusahaan sebagimana untuk tujuan tercapainya suatu tujuan perusahaan. Strategi penjualan dibutuhkan agar dapat memikat hati para konsumen tentang produk yang dipasarkan. Strategi penjualan yang unik dan kreatif akan menjadikan para konsumen lebih tertarik dengan produk yang kita pasarkan dibanding dengan strategi penjualan yang mainstream atau umum digunakan oleh banyak toko lainnya. Dengan terciptanya strategi penjualan yang baik, maka dapat

dilihat tingkat penjualanya pada saat melakukan evaluasi. Optik Eva Jombang melakukan beberapa penerapan strategi penjualan, sebagai berikut:

- Personal Selling

Personal Selling atau penjualan tatap muka adalah salah satu cara mempromosikan produk secara langsung antara pembeli dan penjual. Komunikasi ini bersifat invidual dan dua arah sehingga penjual langsung dapat tanggapan sebagai umpan balik tentang keinginan dan kesukaan pembeli. Penyampaian pesan disini bisa diatur sesuai dengan situasi yang ada. Personal Selling yang dilaksanakan masih belum maksimal. Hal ini disebabkan oleh tidak adanya tenaga kerja yang ahli dalam bidang ini. Untuk itulah perusahaan perlu mengoptimalkan tenaga kerja pemasaran yang ada, dengan cara dibawah ini: (a) Memberikan pendidikan teoritis kepada tenaga penjual, yaitu berupa pemberian bukubuku tentang pemasaran. (b) Memberikan pengalaman kepada tenaga penjual, yaitu memberikan latihan dan mengikut sertakannya dalam setiap transaksi penjualan atau pada berbagai kegiatan personal selling oleh pemimpin. Dalam personal selling ada hak-hak yang harus diperhatikan oleh tenaga penjual, yaitu persiapan-persiapan sebelum melaksanakan tugas-tugas personal selling.

Persiapan-persiapan tersebut meliputi:

1 Persiapan sebelum penjualan (mengenai pengetahuan terhadap produk)
2 Penentuan lokasi pembelian potensial
3 Melakukan penjualan dengan baik
4 Pelayanan yang ramah sesudah pembelian atau penjualan

- Sales promotion.

Promosi penjualan yang dilakukan dapat berupa pameran local artinya melalui pemajangan produk ditoko lebih banyak agar nampak dilihat oleh konsumen yang disebut display. Display ditunjukkan untuk: (1) Menarik perhatian para konsumen, (2) Mendorong perhatian para konsumen untuk memiliki barang yang dipajang dengan adanya display para pelanggan langsung datang dan bisa langsung melihat produk yang ada, tentu meraka lebih tertarik untuk melakukan

pembelian. Pembelian disini adalah lahirnya keinginan membeli untuk memesan dan memilih barang yang akan didisplaykan oleh perusahaan.

- Periklanan

Periklanan merupakan program promosi yang bertujuan untuk membina dan memelihara keadaan atau sikap kesadaran mengenai sebuah produk atau merk dan akan menimbulkan efek pada periode tertentu sehingga lebih bertujuan jangka panjang. Periklanan sangat efektif dalam mengenalkan produk baru karena mempunyai jangkauan luas. Pesan yang dimuat oleh sebuah iklan juga digunakan untuk menangkal serangan-serangan dari para pesaing-pesaing. Periklanan mempunyai kelemahan karena periklanan mempunyai bentuk komunikasi satu arah sehingga tidak dapat berinteraksi secara langsung dengan konsumen. Kegiatan periklanan yang dilakukan menggunakan pemasangan spanduk dan baliho karena media visual ini dan dapat mempengaruhi melalui alat penglihatan. Oleh karena itu Optik Eva Jombang memasang baliho, spanduknya dan visual melalui instagram dan WhatsApp status agar pelanggan tertarik membeli.

Strategi Pemasaran

- Definisi Strategi

Strategi didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi. Strategi adalah pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungan sepanjang waktu (Tjiptono, 2010). Sedangkan menurut (Rangkuti, 2013). Berpendapat bahwa strategi adalah perencanaan induk yang komprehensif, yang menjelaskan bagaimana perusahaan akan mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditetapkan sebelumnya.

- Strategi Pemasaran

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang. Tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba perusahaan dengan cara mempertahankan dan meningkatkan penjualannya. Tujuan ini dapat dicapai apabila

bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi yang baik untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran. Menurut (Kotler, 2005). Strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran. Sedangkan menurut (Tjiptono, 2010). Strategi pemasaran merupakan alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.

- Konsep Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran didasarkan atas 5 (lima) konsep strategi sebagai berikut (Kotler, 2005):

1. Segmentasi pasar Tiap pasar terdiri dari bermacam-macam pembeli yang mempunyai kebutuhan dan kebiasaan yang berbeda. Perusahaan tidak mungkin memenuhi kebutuhan semua pembeli. Karena itu, perusahaan harus mengelompokan pasar yang bersifat heterogen tersebut kedalam satuan-satuan pasar yang bersifat homogen.
2. Market positioning. Tidak ada perusahaan yang bisa menguasai seluruh pasar. Itulah alasannya mengapa perusahaan harus punya pola spesifik untuk mendapatkan posisi kuat dalam pasar, yaitu memilih segmen yang paling menguntungkan.
3. Market entry strategy Market entry strategy adalah strategi perusahaan untuk memasuki segmen pasar yang dijadikan pasar sasaran penjualan. Strategi untuk memasuki suatu segmen pasar dapat dilakukan dengan cara:
    - ✓ Membeli perusahaan lain
    - ✓ Internal development
    - ✓ Bekerja sama dengan perusahaan lain

4. Marketing Mix strategy adalah kumpulan variabel-variabel yang dapat dipergunakan perusahaan untuk memepengaruhi tanggapan konsumen. Variabelvariabel yang dapat mempengaruhi pembeli adalah yang disebut 7P (product, Price, Place, Promotion, Participant, Prosess, dan People Physical evidence)
5. Timing strategy adalah penentuan saat yang tepat dalam memasarkan barang merupakan hal yang perlu diperhatikan. Meskipun perusahaan melihat adanya kesempatan baik menetapkan objektif dan menyusun strategi pemasaran, ini tidaklah berarti bahwa perusahaan dapat segera memulai kegiatan pemasaran. Perusahaan harus lebih dahulu melakukan persiapan-persiapan baik dibidang produksi maupun dibidang pemasaran, kemudian perusahan juga harus menentukan saat yang tepat bagi pelemparan barang dan jasa ke pasar.

- Fungsi Strategi Pemasaran

  Secara garis besar ada 4 (empat) fungsi strategi pemasaran (Kotler, 2005):

  1. Meningkatkan motivasi untuk melihat masa depan strategi pemasaran berupaya untuk memotivasi manajemen perusahaan agar berpikir dan melihat masa depan dengan cara yang berbeda. Hal ini sangat diperlukan untuk menjaga kelangsungan perusahaan di masa mendatang. Penting bagi perusahaan untuk mengikuti ritme pasar, namun terkadang perusahaan juga harus memiliki gebrakan dengan sesuatu yang baru.
  2. Koordinasi pemasaran yang lebih efektif Setiap perusahaan pasti memiliki strategi pemasarannya sendiri. Strategi pemasaran ini berfungsi untuk mengatur arah jalannya perusahaan sehingga membentuk tim koordinasi yang lebih efektif dan tepat sasaran.
  3. Merumuskan tujuan perusahaan para pelaku usaha tentunya ingin melihat dengan jelas apa tujuan perusahaan mereka. Dengan adanya strategi pemasaran maka pelaku usaha akan terbantu untuk membuat detail tujuan yang akan dicapai, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

4. Pengawasan kegiatan pemasaran. Dengan adanya strategi pemasaran maka perusahaan akan memiliki standar prestasi kerja para anggotanya. Dengan begitu, pengawasan kegiatan para anggota akan lebih mudah dipantau untuk mendapatkan mutu dan kualitas kerja yang efektif.

- Tujuan Strategi Pemasaran

  Bagi sebagian besar perusahaan strategi pemasaran merupakan hal penting untuk mencapai suatu tujuan bersama dalam suatu oranisasi perusahaan. Ada beberapa tujuan dari strategi pemasaran adalah sebagai berikut (Kotler, 2005):

  1. Untuk meningkatkan kualitas koordinasi antar individu dalam tim pemasaran.
  2. Sebagai alat ukur hasil pemasaran berdasarkan standar prestasi yang telah ditentukan.
  3. Sebagai dasar logis dalam mengambil keputusan pemasaran.
  4. Untuk meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi bila terjadi perubahan dalam pemasaran.

BAB IV
KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Banyak strategi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan sebagimana untuk tujuan tercapainya suatu tujuan perusahaan. Strategi penjualan dibutuhkan agar dapat memikat hati para konsumen tentang produk yang dipasarkan. Strategi penjualan yang unik dan kreatif akan menjadikan para konsumen Optik Eva Jombang lebih tertarik dengan produk yang kita pasarkan dibanding dengan strategi penjualan yang mainstream atau umum digunakan oleh banyak tokolainya. Dengan terciptanya strategi penjualan yang baik, maka dapat dilihat tingkat penjualanya pada saat melakukan evaluasi.

Dalam segi Periklanan masalah yang hampir terjadi pada beberapa Toko adalah saat melakukan periklanan adalah pada saat mendesain banner, spanduk dan baliho untuk kepentingan promosi produk baru atau pun, karena di Optik Eva Jombang kekurangan tenaga yang tugas nya untuk mendesain kebutuhan promosi.

4.2 Saran

Perbaikan dari Ssistem pemasaran periklanan. Sistem pemasaran periklanan dan persediaan yang baik akan menujuang kemampuan toko dalam memenuhi permintaan konsumen. Tingat kepercayaan akan profesionalitas perusahaan dapat meningkatkan kualitas toko.

DAFTAR PUSTAKA

Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen jasa teori dan praktik*. Makassar: Salemba Empat

Yazid. (2003). *Pemasaran jasa: konsep dan implementasi*. Banten: Ekonisia

GAMBAR KEGIATAN

Gambar 6.1 Pemeriksaan Mata dengan Komputer Sistem

Gambar 6.2 Pengukuran PD dengan PD Digital

Gambar 6.3 Pemeriksaan Mata Manual

Gambar 6.4 Pemilihan Frame

Gambar 6.5 Edukasi Tentang Lensa

LAMPIRAN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PGRI DEWANTARA

PROGRAM STUDI – AKUNTANSI (B)
PROGRAM STUDI – MANAJEMEN (B)

Jl. Prof. Moh yamin No.77 Telp. 0321-865180, Fax 0321-853807 Jombang 61471
Email : info@stiedewantara.ac.id website: www.stiedewantara.ac.id

PENILAIAN KULIAH KERJA MAGANG MAHASISWA

Nama : Ferdian Putra Hidayat
NIM : 1961206
Program Studi : Manajemen Pemasaran KS2B 2019
Tempat Magang : Optik EVA jombang
Bagian/Bidang : Ass. Refraksionis dan Faset

Catatan : Penilaian harap diisi dalam angka

No.	Aspek yang Dinilai	Nilai (0 - 100)
1.	Keaktifan konsultasi	100
2.	Motivasi	95
3.	Pengetahuan tentang tugas dalam obyek KKM	95
4.	Tata Bahasa dan kerapihan laporan	90
5.	Kejelasan menyampaikan laporan	90
6.	Sistematika laporan	95
7.	Kemampuan mengidentifikasi masalah	95
8.	Kemampuan memberikan alternatif pemecahan masalah	100
	Jumlah	760
	Nilai Rata-Rata	95

Jombang, 20 September 2022
Dosen Pembimbing Lapangan,

(Chusnul Rofiah, SE.,MM)

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PGRI DEWANTARA

PROGRAM STUDI – AKUNTANSI (B)
PROGRAM STUDI – MANAJEMEN (B)

Jl. Prof. Moh yamin No.77 Telp. 0321-865180, Fax 0321-853807 Jombang 61471
Email : info@stiedewantara.ac.id website: www.stiedewantara.ac.id

PENILAIAN KULIAH KERJA MAGANG MAHASISWA

STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG

Nama : Ferdian Putra Hidayat
NIM : 1961206
Program Studi : Manajemen Pemasaran KS2B 2019
Tempat Magang : OPtik EVA Jombang
Alamat Tempat Magang : Jh. kusuma Bangsa No. 7 Jombang
Bagian/Bidang : ASS. Refraksionis dan Faset

No.	Aspek Yang Dinilai	Nilai (0 - 100)
1.	Disiplin kerja	100
2.	Kerjasama dalam tim/hubungan dengan rekan kerja	95
3.	Sikap, etika dan tingkah laku saat bekerja	95
4.	Kreativitas dan ketrampilan	90
5.	Kemampuan mengaplikasikan pengetahuan akademis dalam pekerjaan	90
6.	Kemampuan menyesuaikan diri dalam pekerjaan dan lingkungan kerja	95
7.	Kemampuan berkomunikasi	95
8	Produktivitas Kerja*	100
Jumlah		760
Nilai Rata-Rata		95

Catatan : Penilaian harap diisi dalam angka

*Peserta magang menghasilkan produk/ karya

Catatan:
Lebih ditingkatkan lagi disiplinnya

Jombang, 31 Agustus 2022

Pendamping Lapangan/Pejabat Penilai**,

(TAufik)

** dituliskan nama pejabat penilai disertai tanda tangan dan stempel perusahaan/instansi

FORMULIR KEGIATAN HARIAN MAHASISWA

Nama : Ferdian Putra Hidayat
NIM : 1961206
Program Studi : Manajemen Pemasaran KS2B 2019
Tempat KKM : Optik Eva Jombang
Bagian/Bidang : Ass. Refraksionis dan Faset

Minggu Ke	Tanggal	Jenis Kegiatan	Tanda Tangan
I	01/08/2022	Pemeriksaan mata, Mengedukasi tentang lensa, Pemilihan Frame, Memproses lensa	
	02/08/2022	Pemeriksaan mata, Mengedukasi tentang lensa, Pemilihan Frame, Memproses lensa	
	03/08/2022	Pemeriksaan mata, Mengedukasi tentang lensa, Pemilihan Frame, Memproses lensa	
	04/08/2022	Pemeriksaan mata, Mengedukasi tentang lensa, Pemilihan Frame, Memproses lensa	
	05/08/2022	Pemeriksaan mata, Mengedukasi tentang lensa, Pemilihan Frame, Memproses lensa	

	06/08/2022	Pemeriksaan mata, Mengedukasi tentang lensa, Pemilihan Frame, Memproses lensa	
	07/08/2022	Libur	
Minggu Ke	**Tanggal**	**Jenis Kegiatan**	**Tanda Tangan**
II	08/08/2022	Pemeriksaan mata, Mengedukasi tentang lensa, Pemilihan Frame, Memproses lensa	
	09/08/2022	Pemeriksaan mata, Mengedukasi tentang lensa, Pemilihan Frame, Memproses lensa	
	10/08/2022	Pemeriksaan mata, Mengedukasi tentang lensa, Pemilihan Frame, Memproses lensa	
	11/08/2022	Pemeriksaan mata, Mengedukasi tentang lensa, Pemilihan Frame, Memproses lensa	
	12/08/2022	Pemeriksaan mata, Mengedukasi tentang lensa, Pemilihan Frame, Memproses lensa	
	13/08/2022	Pemeriksaan mata, Mengedukasi tentang lensa, Pemilihan Frame, Memproses lensa	

	14/08/2022	Libur	
Minggu Ke	**Tanggal**	**Jenis Kegiatan**	**Tanda Tangan**
III	15/08/2022	Pemeriksaan mata, Mengedukasi tentang lensa, Pemilihan Frame, Memproses lensa	
	16/08/2022	Pemeriksaan mata, Mengedukasi tentang lensa, Pemilihan Frame, Memproses lensa	
	17/08/2022	Pemeriksaan mata, Mengedukasi tentang lensa, Pemilihan Frame, Memproses lensa	
	18/08/2022	Pemeriksaan mata, Mengedukasi tentang lensa, Pemilihan Frame, Memproses lensa	
	19/08/2022	Pemeriksaan mata, Mengedukasi tentang lensa, Pemilihan Frame, Memproses lensa	
	20/08/2022	Pemeriksaan mata, Mengedukasi tentang lensa, Pemilihan Frame, Memproses lensa	
	21/08/2022	Libur	
Minggu Ke	**Tanggal**	**Jenis Kegiatan**	**Tanda Tangan**
IV	22/08/2022	Pemeriksaan mata, Mengedukasi tentang	

		lensa, Pemilihan Frame, Memproses lensa	
	23/08/2022	Pemeriksaan mata, Mengedukasi tentang lensa, Pemilihan Frame, Memproses lensa	
	24/08/2022	Pemeriksaan mata, Mengedukasi tentang lensa, Pemilihan Frame, Memproses lensa	
	25/08/2022	Pemeriksaan mata, Mengedukasi tentang lensa, Pemilihan Frame, Memproses lensa	
	26/08/2022	Pemeriksaan mata, Mengedukasi tentang lensa, Pemilihan Frame, Memproses lensa	
	27/08/2022	Pemeriksaan mata, Mengedukasi tentang lensa, Pemilihan Frame, Memproses lensa	
	28/08/2022	Libur	
Minggu Ke	**Tanggal**	**Jenis Kegiatan**	**Tanda Tangan**
V	29/08/2022	Pemeriksaan mata, Mengedukasi tentang lensa, Pemilihan Frame, Memproses lensa	
	30/08/2022	Pemeriksaan mata, Mengedukasi tentang	

		lensa, Pemilihan Frame, Memproses lensa	
	31/08/2022	Pemeriksaan mata, Mengedukasi tentang lensa, Pemilihan Frame, Memproses lensa	

Jombang, 31 Agustus 2022

Pendamping Lapangan,

Taufik, Amd., RO.