

# 1. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

PT DUTA CITRA AUDIO RAYA adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang perakitan dan penjualan berbagai macam jenis speaker. Speaker yang dijual antara lain berukuran 5 inch, 6 inch, 8 inch, 10 inch, 12 inch, dan 15 inch. Speaker-speaker tersebut dijual dan dipasarkan di daerah Surabaya, Malang, Bali, dan beberapa kota lainnya. Dalam pemasarannya speaker-speaker tersebut cukup laku di pasaran, tetapi jika dilihat dari laporan penjualan yang ada, terlihat bahwa speaker berukuran 8 inch kurang laku.

Ada beberapa hal yang menyebabkan speaker berukuran 8 inch kurang laku, diantaranya para wiraniaga lebih fokus pada produk speaker ukuran lainnya, hal yang kedua adalah harganya yang lebih mahal daripada speaker-speaker lain yang berukuran lebih kecil. Hal yang ketiga adalah ukurannya yang sedang/berada di tengah-tengah sehingga pasar cenderung untuk memilih 5, 6, 10 inch. Sedangkan speaker-speaker lainnya memiliki ukuran yang lebih kecil, dan harga yang lebih murah. Selain itu juga banyak peminatnya diantaranya adalah toko elektronik, toko variasi mobil dan masih banyak lagi.

Saat dibandingkan dengan speaker-speaker ukuran lainnya, data penjualan speaker 8 inch cukup rendah tingkat penjualannya, maka dari itu diperlukan suatu strategi untuk meningkatkan angka penjualan speaker 8 inch.

## 1.2 Perumusan masalah

Strategi apa yang akan diterapkan untuk meningkatkan penjualan speaker 8 inch?

## 1.3 Maksud dan Tujuan pengambilan kasus

Mendapatkan strategi yang tepat, yang nantinya strategi tersebut akan diterapkan pada penjualan speaker 8 inch, sehingga dapat meningkatkan penjualannya.

## **1.4 Metodologi Penelitian, Pendampingan dan Pelaksanaan**

### **1.4.1 Metodologi Penelitian**

Pengumpulan data yang penulis lakukan terdiri dari data kualitatif dan data kuantitatif. Data yang bersifat kualitatif seperti sejarah perusahaan, gambaran perusahaan secara umum, struktur organisasi perusahaan, penulis peroleh melalui wawancara dengan pihak perusahaan serta menggunakan data-data yang dimiliki oleh perusahaan. Sedangkan data-data yang bersifat kuantitatif seperti data mengenai tingkat penjualan, omset perusahaan, stock gudang dan stock market, penulis peroleh dengan menggunakan data-data yang dimiliki oleh perusahaan.

### **1.4.2 Pendampingan**

Untuk pendampingan di Universitas, penulis mendapatkan pembimbing Ibu Diah Dhamayanti S.E., M.Si. Sedangkan untuk pembimbing lapangan, penulis dibimbing langsung oleh sales administrator dan wiraniaga.

### **1.4.3 Pelaksanaan**

- a. Waktu : 8 Januari 2007 – selesai ( kurang lebih 100 hari)
- b. Tempat : PT DUTA CITRA AUDIO RAYA, Jl. Suko no 8, Surabaya – Indonesia

## **1.5 Cakupan Kerja Praktek**

Cakupan wilayah yang penulis gunakan adalah toko – toko elektronik di Wilayah Surabaya, dengan wiraniaga perusahaan sebagai tenaga penjualnya. Produk kategori yang penulis gunakan adalah produk speaker 8 inch merek “X”.

## **1.6 Kerangka Penulisan**

Perumusan kerangka penulisan tugas akhir ini mengacu pada model baku tata cara penulisan tugas akhir yang digunakan sebagai standar oleh Universitas Kristen Petra.

Adapun penyusunannya adalah sebagai berikut :

- Halaman Cover
- Halaman Judul

- Kata pengantar
- Ucapan terima kasih
- Halaman pengesahan
- Halaman persetujuan publikasi karya tulis
- Ringkasan eksekutif
- Abstrak
- Daftar isi
- Daftar tabel
- Daftar gambar
- Daftar lampiran

#### 1. Pendahuluan

Dalam bab ini mengungkapkan : latar belakang, perumusan masalah, maksud dan tujuan pengambilan kasus, metodologi penelitian, pendampingan, dan pelaksanaan, cakupan kerja praktek, serta kerangka penulisan.

#### 2. Landasan Teori

Perumusan dalam bab ini adalah : Dasar teori, cuplikan / kliping berita, artikel/ jurnal dalam majalah terkemuka terkait.

#### 3. Gambaran Umum Perusahaan

Sejarah / latar belakang perusahaan, kegiatan dan platform usaha perusahaan, struktur organisasi perusahaan, visi, misi, goal dan strategi perusahaan.

#### 4. Analisa dan Pembahasan

Isi dari bab ini adalah: Bagan, sistem, dan prosedur kerja pendampingan, mekanisme interaksi dengan pejabat subyek perusahaan, proses pengumpulan data, realisasi kerja, dan temuan lapangan selama kerja pendampingan, serta analisa hasil akhir.

#### 5. Kesimpulan dan Saran

Bab ini mengemukakan : Kesimpulan, rasionalisasi, dan saran.