

Upaya Meningkatkan Minat Beli pada Divisi Marketing PT. Cipta Perkasa Oleindo Sidoarjo

Alexander Krisnayodi
Manajemen Pemasaran

Andhy Setyawan
Christina Rahardja

ABSTRAK

Praktik Kerja Lapangan ini dilakukan di PT Cipta Perkasa Oleindo yakni merupakan perusahaan perseroan yang bergerak di bidang perdagangan dan pengemasan ulang berbasis minyak sawit dengan merek *Lavenia*, *Sinai*, dan *Lasani*. Praktik Kerja Lapangan dilakukan selama 5 bulan pada departemen *marketing* PT Cipta Perkasa Oleindo yang dilaksanakan mulai dari tanggal 1 Desember 2021 hingga 29 April 2022. Tujuan dari praktik kerja lapangan pada PT Cipta Perkasa Oleindo adalah untuk mengetahui penjualan yang dilakukan pada departemen *marketing*, selain itu dengan melakukan praktik kerja lapangan juga menambah wawasan serta pengalaman di dunia kerja. Hasil Praktik Kerja Lapangan menyoroti permasalahan yang muncul dalam departemen *marketing* yaitu mengenai minat beli pelanggan. Ketersediaan barang di PT Cipta Perkasa Oleindo, namun beberapa kendala seperti harga yang tidak dapat bersaing dengan kompetitor, sistem dalam manajemen, dan keterlambatan pengiriman sehingga dapat mempengaruhi minat beli pelanggan. Selain beberapa kendala yang mempengaruhi minat beli pelanggan, kendala yang dialami dalam *marketing* juga *target* yang terlalu tinggi yaitu Rp1.000.000.000 atau setara dengan 4.000 karton perbulannya dan ketersediaan barang yang diutamakan untuk distributor PT. Cipta Perkasa Oleindo yang menyebabkan keterbatasan beberapa *item* yang kosong namun ada permintaan di pasar. Rekomendasi dari penulis adalah perlunya perbaikan sistem dalam manajemen, setelah itu menambahkan staf *marketing* agar *target* yang dicapai dari tim *marketing* dapat meningkat.

Kata Kunci: Minat Beli, Penjualan.

Efforts to Increase Buying Interest in the Marketing Division of PT. Cipta Perkasa Oleindo Sidoarjo

Alexander Krisnayodi

Marketing Management

Andhy Setyawan

Christina Rahardja

ABSTRACT

The practical field work was conducted at PT. Cipta Perkasa Oleindo, a company that specializes in trading and repackaging palm oil based under the brands Lavenia, Sinai and Lasani. From December 1, 2021 to April 29, 2022 practical field work will be conducted at the marketing department for five months. The report is aims to learn about the sales made to the marketing department, as well as to gain knowledge and experience in the practical work.

The result of the practical field work from December 1, 2021 to April 29, 2022 emphasize the problems that arise in the marketing department, namely regarding purchase intention. The availability of goods at PT Cipta Perkasa Oleindo, but several obstacles such as prices that cannot compete with competitors, systems in management, and delivery delays so that they can affect customer buying interest. In addition to several obstacles that affect customer buying interest, the obstacles experienced in marketing are also targets that are too high, namely Rp1,000,000,000 or the equivalent of 4,000 cartons per month and the availability of goods that are prioritized for the distributors of PT. Cipta Perkasa Oleindo which causes the limitation of some items that are empty but there is demand in the market. The recommendation from the author is the need to improve the management system, after that adding marketing staff so that the targets achieved by the marketing team can be increased.

Keywords: Purchase Intention, Sales.