

Judul : TEKNIK PENJUALAN BINGKAI KACAMATA UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DI OPTIK OCTA 12
Pengarang : ASEP MUHIDIN 18.015
Kode DOI :
Keywords : sales technique; eyeglass frames; optics
Item Type : Karya Tulis Ilmiah
Tahun : 2021

ABSTRACT

Sales techniques are one way to win a sustainable competitive advantage for companies that produce goods or services. Sales techniques can be seen as one of the basics used in planning a company as a whole. Viewed from the breadth of the problems that exist within the company, it is necessary to have a comprehensive plan as a guide for the company's segments in carrying out their activities, another reason that shows the importance of sales techniques is the increasingly fierce competition in companies in general. sales to increase competitiveness, and to find out how effective the implementation of sales techniques has been. This research was conducted at Optik Octa 12 Citayam Depok. Data collection techniques with documentation, interviews and observations, the type of descriptive research. The results of the analysis of the effectiveness of sales techniques show an increase in total sales from year to year and serve as a reference for the effectiveness of marketing strategies in competition between optical businesses.

Keywords: sales technique; eyeglass frames; optics

ABSTRACT

Teknik penjualan adalah salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan baik itu untuk perusahaan yang memproduksi barang atau jasa. Teknik penjualan dapat dipandang sebagai salahsatu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh. Dipandang dari luasnya permasalahan yang ada dalam perusahaan, maka diperlukan adanya perencanaan yang menyeluruh untuk dijadikan pedoman bagi segmen perusahaan dalam menjalankan kegiatannya, alasan lain yang menunjukkan pentingnya teknik penjualan adalah semakin kerasnya persaingan perusahaan pada umumnya. Penelitian ini memiliki tujuan untuk: mendapat gambaran mengenai teknik penjualan untuk meningkatkan daya saing, dan untuk mengetahui seberapa efektif pelaksanaan teknik penjualan yang telah dilakukan. Penelitian ini dilakukan di Optik Octa 12 Citayam Depok. Teknik pengumpulan datanya dengan dokumentasi, wawancara dan observasi, jenis penelitian deskriptif. Hasil dari analisis efektifitas teknik penjualan menunjukkan adanya peningkatan total penjualan dari tahun ke tahun dan dijadikan sebagai acuan efektifitas strategi pemasaran dalam persaingan antar usaha optik.

Kata Kunci: teknik penjualan; bingkai kaca mata; optik

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	Error!
Bookmark not defined.	
Halaman Pernyataan Orisinalitas	Error!
Bookmark not defined.	
Halaman Persetujuan Dosen Pembimbing	Error!
Bookmark not defined.	
Halaman Pengesahan	Error!
Bookmark not defined.	
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi Karya Tulis Ilmiah (Kti)	Error!
Bookmark not defined.	
Kata Pengantar.....	Error!
Bookmark not defined.	
Abstraks	Error!
Bookmark not defined.	
Abstract.....	i
Daftar Isi.....	ii
BAB I PENDAHULUAN	4
1.1. Latar Belakang Penulisan	4
1.2. Identifikasi Masalah	Error!
Bookmark not defined.	
1.3. Batasan Masalah	Error!
Bookmark not defined.	
1.4. Rumusan Permasalahan	Error!
Bookmark not defined.	

1.5. Tujuan Penelitian.....**Error!**

Bookmark not defined.

1.6. Manfaat Penelitian.....**Error!**

Bookmark not defined.

1.7. Sistematika Penulisan.....**Error!**

Bookmark not defined.

BAB II TINJAUAN REFERENSIError!****

Bookmark not defined.

2.1 Teknik Penjualan Untuk Meningkatkan Daya Saing**Error!**

Bookmark not defined.

2.2 Persaingan.....**Error!**

Bookmark not defined.

2.3. **TUJUAN PELAKSANAAN STRATEGI BERSAING.....**Error!****

Bookmark not defined.

2.4. **VOLUME PENJUALAN**Error!****

Bookmark not defined.

BAB III METODE PENELITIAN.....Error!****

Bookmark not defined.

3.1. **DESAIN PENELITIAN.....**Error!****

Bookmark not defined.

3.2. **VARIABLE PENELITIAN ,DEFINISI OPERASIONAL,HIPOTESA **Error!****

Bookmark not defined.

3.2.1. Variable Penelitian.....**Error!**

Bookmark not defined.

3.2.2. Definisi Operasional.....**Error!**

Bookmark not defined.

3.2.3. Hipotesis.....**Error!**

Bookmark not defined.

3.3. Populasi Dan Sampel.....**Error!**

Bookmark not defined.

3.3.1. Populasi**Error!**

Bookmark not defined.

3.3.2. Sampel.....**Error!**

Bookmark not defined.

3.4. Cara Mengumpulkan Data.....**Error!**

Bookmark not defined.

3.4.1. Jenis Dan Sumber Data**Error!**

Bookmark not defined.

3.5. Analisa Data**Error!**

Bookmark not defined.

3.5.1. Persiapan Penelitian**Error!**

Bookmark not defined.

3.5.2. Pelaksanaan Penelitian**Error!**

Bookmark not defined.

3.5.3. Tehnik Pengolahan Data**Error!**

Bookmark not defined.

BAB IV ANALISIS HASILError!****

Bookmark not defined.

4.1. Pembahasan Hasil.....**Error!**

Bookmark not defined.

BAB V KESIMPULAN DAN SARANError!****

Bookmark not defined.

5.1. Kesimpulan.....**Error!**

Bookmark not defined.

5.2. Saran**Error!**

Bookmark not defined.

PENUTUP REFRENSIError!
Bookmark not defined.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG PENULISAN

Kacamata adalah sebagai alat rehabilitasi untuk memperbaiki tajam penglihatan seseorang, sehingga penderita kelainan refraksi mendapatkan perbaikan tajam penglihatan yang terganggu sebelumnya. Seorang Refraksionis Optisien harus memiliki Surat Izin Kerja dan Surat Tanda Registrasi. Menurut Peraturan Menteri Kesehatan No. 1796/MENKES/PER/ VIII/2011 tentang Registrasi Tenaga Kesehatan, BAB II pasal 2 ayat 1 menjelaskan bahwa “Setiap tenaga kesehatan yang akan menjalankan pekerjaannya wajib memiliki STR”, sedangkan STR adalah bukti tertulis yang diberikan oleh pemerintah kepada tenaga kesehatan yang diregistrasi setelah memiliki sertifikat kompetensi. Serta tertuang juga pada PMK No 1 tahun 2016 tentang penyelenggaraan Optikal .

Pada masa globalisasi saat ini, perkembangan perekonomian diberbagai belahan dunia berkembang sangat pesat. Dalam dunia bisnis pergerakan penjualan barang dan jasa dapat bergerak dengan bebas dan persaingan terasa sangat meningkat, hal ini mengakibatkan perusahaan yang dapat bertahan adalah perusahaan yang memiliki kemampuan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan secara berkesinambungan yang dapat menjadi kunci dalam keunggulan bersaingnya. Pada umumnya seluruh perusahaan menginginkan bahwa pelanggan yang sudah mereka miliki dapat bertahan selamanya.

Tingginya tingkat persaingan suatu usaha dapat dilihat dari perkembangan usaha dan banyaknya usaha yang bergerak dibidang yang sama serta menawarkan jasa dan produk yang sama. Dalam kondisi seperti ini akan memacu manajemen perusahaan agar terus berusaha untuk melakukan perbaikan-perbaikan terus menerus terhadap perusahaan demi mempertahankan dan memajukan perusahaannya diantara pesaingnya.

REFRENSI

Bilson Simamora, 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta

Umar,Husein.2011. metode riset perilakuorganisasi. Jakarta:PT.Raja grafindo persada

Kuncoro, Mudrajad. 2006. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip.2008. *Manajemen Bauran Pemasaran*. Jakarta : Intermedia

Kotler & Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid I Edisi Kedelapan*. Jakarta :Penerbit Erlangga

Kotler, Philip.2002. *Manajemen Pemasaran:Edisi Millenium*.Jakarta. Prenhalindo.

Kotler, Philip & Kevin Lan Keller.2007. *Manajemen Pemasaran (edisi duabelas)*.Jakarta : Indeks

Porter, Michael E. 2006. *Strategi Bersaing: Teknik Menganalisis IndustriPesaing*. Jakarta: Erlangga.

Riduwan & Sunarto, H. 2007.*PengantarStatistika*.Bandung : Alfabeta

Swasta, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*.Yogyakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada

Sugiono, 2005.*Metodologi Penelitian Kuntitatif*, Bandung : AlfaBeta