

I. PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Industri merupakan sektor yang paling diandalkan untuk meningkatkan perekonomian di Indonesia, hal ini yang paling diutamakan pada hasil pertanian. Namun demikian industri pengolahan hasil pertanian sangat berperan sekali dalam mengembangkan pertumbuhan perekonomian. Masyarakat Indonesia merupakan masyarakat yang agraris, sehingga hasil pertanian yang diperoleh merupakan sektor utama yang dihasilkan oleh masyarakat Indonesia untuk mendukung tingkat perekonomian.

Salah satu industri pengolahan hasil pertanian adalah kecap. Kecap merupakan bumbu dapur atau bahan pelengkap makanan berupa cairan hitam yang rasanya manis atau asin yang menggunakan bahan dasar kedelai melalui proses fermentasi, hampir seluruhnya makanan yang ada di Negara kita ini menggunakan kecap, dalam hal ini kecap semakin populer di kalangan masyarakat mulai lapisan tingkat atas sampai bawah, sehingga kecap diproduksi secara komersial dari skala industri sampai rumah tangga.

Semakin bertambahnya persaingan perdagangan di pasaran, kecap juga mampu bersaing dengan produk-produk yang lainnya sehingga sampai saat ini banyak perusahaan yang berlomba-lomba memproduksi berbagai macam merek kecap dan rasa yang berbeda beda pula, hal ini disebabkan karena banyaknya permintaan konsumen di pasaran.

Salah satunya UD. Kecap Cap Buah Apel Bangkalan, yang merupakan industri rumahan berskala kecil, sehingga pada perusahaan ini membutuhkan langkah yang cepat agar produk yang di hasilkan mampu bersaing dengan produk kecap lain yang beredar di pasaran.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalahnya adalah “strategi pemasaran apa saja yang digunakan di UD. Kecap Cap Buah Apel Bangkalan?”

1.3 TUJUAN PRAKTEK KERJA LAPANG

Setelah perumusan masalah maka perlu tujuan, Maka tujuan dari Praktek Kerja Lapang ini adalah Untuk mengetahui strategi pemasaran yang ada di UD. Kecap Cap Buah Apel Bangkalan.

1.4 MANFAAT

Manfaat dari praktek kerja lapang ini adalah sebagai berikut :

- a. Mahasiswa dapat mengetahui secara langsung bagaimana proses pemasaran yang ada di UD. kecap Cap buah Apel bangkalan
- b. Mahasiswa mendapatkan pengalaman langsung tentang strategi pemasaran suatu peroduk di perusahaan, terutama yang ada di UD. Kecap Cap Buah Apel Bangkalan.