

Floriana bunga

by UNITRI Press

Submission date: 17-May-2023 10:37AM (UTC+0700)

Submission ID: 2003782033

File name: Floriana_bunga.docx (118.97K)

Word count: 1012

Character count: 6559

PERAN PEREMPUAN DALAM PEMASARAN MOTOR HONDA DI CV
KARTIKA SARI PUTRA DINOYO MALANG

SKRIPSI

MANAJEMEN



OLEH:
FLORIANA BUNGA
NIM.2019120098

UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI
FAKULTAS EKONOMI
MALANG
2023

RINGKASAN

Berpartisipasi dalam penyusunan tuntutan sosial ekonomi yang menjadi kebutuhan mendasar bagi perempuan di segala bidang, baik perempuan profesional maupun ibu rumah tangga, merupakan salah satu cara bagi mereka untuk mewujudkan kemandiriannya. Karena banyak pelaku bisnis yang melakukan kegiatan pemasaran menghadapi masalah ganda penjualan, CV Kartika Sari Putra Dinoyo Malang menerapkan peran wanita dalam memasarkan sepeda motor Honda melalui tiga cara, yaitu: Peran sebagai *sales counter*, *sales force/wiraniaga*, *sales promotion girl*. Namun peran perempuan bukan untuk mengasosiasikan perempuan dengan posisi-posisi pemegang otoritas di bidang ekonomi namun karena telah melihat sangat sedikit di Indonesia seperti itu. Tujuan dari penelitian untuk mengetahui Peran Perempuan Dalam Melakukan Aktivitas Pemasaran Motor Honda Di CV. Dinoyo Malang Kartika Sari Putra. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif sebagai metodologinya. Menurut temuan studi tersebut, perempuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kemampuan perusahaan untuk menghasilkan lebih banyak pendapatan dan memberikan kesempatan bagi perempuan untuk bekerja di luar rumah.

Kata Kunci : Peran Perempuan, Pemasaran, Motor

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Dengan membahas patriarki, seseorang menjawab pertanyaan tentang bagaimana perempuan dapat melepaskan diri dari kungkungan quo yang ada. Harrison & boyd, (2003) mengatakan bahwa kebebasan merupakan suatu yang selalu diperjuangkan oleh manusia karena kebebasan suatu nilai yang sangat penting didalam masyarakat, dan semua manusia berhak mendapatkan kebebasan tanpa memandang status ekonomi dan sosial mereka.

Oleh karena itu, berkontribusi dalam penyusunan tuntutan sosial ekonomi yang merupakan kebutuhan mendasar dalam segala hal bagi perempuan, baik perempuan bekerja maupun ibu rumah tangga, merupakan salah satu cara untuk membantu mereka mencapai cita-cita kemandiriannya. Perempuan harus dapat menggabungkan mereka dalam peran konvensional dan transisional karena mereka menjadi lebih sadar akan kehadiran mereka. Peran transisi menekankan fungsi perempuan sebagai pekerja dalam bidang ekonomi, mencari nafkah sesuai dengan keterampilan dan pendidikan yang dimiliki, serta prospek pekerjaan, sedangkan peran tradisional perempuan didefinisikan sebagai istri, ibu, dan manajer dari rumah (1991).

Karena peran ganda inilah perempuan mampu untuk mengimbangi setiap perkembangan zaman tanpa harus dikekang oleh budaya atau doktrinasi namun perkembangan zaman itu juga perempuan semakin sadar dengan keberadaan bahwa

perempuan bukan hanya mampu bekerja dirumah saja tapi perempuan mampu bersaing di setiap transisi perkembangan zaman yang berbasis ekonomi dengan berperan ganda.

Semua hal yang ingin mencapai kebebasan perempuan adalah berbasis sejarah sebagai penguat bahwa tidak ada keterikatan perempuan pada siapapun dalam menemukan kebutuhan dasar ekonomi dan kemana akan berjalan, sejak dulu perempuan paham akan dasar ekonomi sebagai takar kehidupan dimasa yang akan datang maupun masa yang sekarang. Bukan untuk mengasosiasikan perempuan dengan posisi-posisi pemegang otoritas di bidang ekonomi namun karena telah melihat sangat sedikit di indonesia seperti itu.

Banyak pebisnis mencari cara untuk mengatasi masalah ganda dalam penjualannya saat melakukan kegiatan pemasaran. Pertama, wanita dalam kategori ini pun membutuhkan daya tarik fisik dan wajah wanita yang sangat mempengaruhi kegiatan promosi ⁵ dan dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk yang disediakan oleh perusahaan.

Perempuan memiliki peran lebih besar dalam pemasaran produk daripada laki-laki dalam wilayah penjualan industri, yang terkait langsung dengan konsumen dalam kegiatan menjual barang dan jasa kepada pelanggan. Pembagian ini menjadi dua peran wanita dalam pemasaran produk dimana direct marketing menjual barang, yaitu peran sample produk (contoh miniatur produk yang harus diketahui oleh calon konsumen, atau dikenal dengan sales promotion). Seorang gadis promosi penjualan (SPG), kata yang digunakan untuk menggambarkan wanita dengan kemampuan atau kecerdasan tertentu serta kualitas fisik dan wajah yang menarik perhatian pelanggan, lebih sering dibutuhkan dalam situasi ini. Salah satu unsur yang mendukung pemasaran suatu produk dalam rangka menjaring pelanggan yang memiliki bakat atau keterampilan dalam promosi dan memberikan informasi yang beragam tentang produk tersebut adalah SPG work (Nitisemito. 2021).

Syamsudin (2006) membahas hubungan perempuan dengan sektor korporasi. Terlepas dari kenyataan yang sulit dipisahkan, penulis mengklaim bahwa wanita memainkan peran penting dalam pemasaran produk dengan bintang dimulai dengan penjualan produk, promosi penjualan, dan produk sampel yang mengandalkan pengetahuan dan kecerdasan fisik untuk menarik pelanggan untuk membeli produk yang mempromosikan lima puluh lima puluh antara keterampilan SPG dan kecerdasan fisik.

Kotler (2005) menegaskan bahwa pemasaran adalah proses sosial dimana orang dan kelompok memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan memproduksi, memberikan, dan menukar barang dan jasa dengan orang lain. Peran wanita dalam pemasaran sepeda motor Honda di CV. Kartika Sari Putra Dinoyo di Malang merupakan peran ganda yang dimainkan oleh perempuan dan penempatan jabatan di bidangnya masing-masing. Artikel ini lebih memfokuskan pada peran wanita dalam pemasaran sepeda motor Honda dalam bidang pemasaran dan promosi lapangan kepada konsumen untuk membeli apa yang ditawarkan.

Berdasarkan apa yang terjadi, dealer sepeda motor Honda CV. Kartika Sari Putra Dinoyo Malang yang terletak di Jl. Mayor Jenderal M.T. Haryono Ruko Istana Dinoyo, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65145 Indonesia, sangat penting dalam mengintegrasikan peran perempuan dalam pemasarannya. Sejalan dengan itu, penjelasan yang telah diberikan menginspirasi peneliti untuk mengusulkan judul penelitian sebagai berikut:

“PERAN PEREMPUAN DALAM PEMASARAN MOTOR HONDA DI CV KARTIKA SARI PUTRA DINOYO MALANG”.

2. Rumusan Masalah

1. Peran apa yang dimainkan wanita di CV. Inisiatif pemasaran sepeda motor Honda Kartika Sari Putra Dinoyo Malang?

2. Bagaimanakah Pengaruh peran perempuan dalam pemasaran motor honda di CV. Kartika Sari Putra Dinoyo Malang ?

3. **Tujuan Penelitian**

1. Untuk mempelajari lebih lanjut tentang bagaimana wanita terlibat di CV. Kartika Sari Putra Dinoyo Malang upaya pemasaran sepeda motor Honda.

2. untuk mengetahui pengaruh peran perempuan dalam pemasaran motor honda di CV. Kartika Sari Putra Dinoyo Malang.

4. **Manfaat Penelitian**

Hasil kajian yang akan dilakukan diharapkan dapat bermanfaat bagi seluruh pemangku kepentingan, khususnya:

1. Bagi Mahasiswa

Diharapkan penelitian ini akan memperluas dan menerapkan pemahaman tentang teori manajemen pemasaran.

2. Bagi Universitas

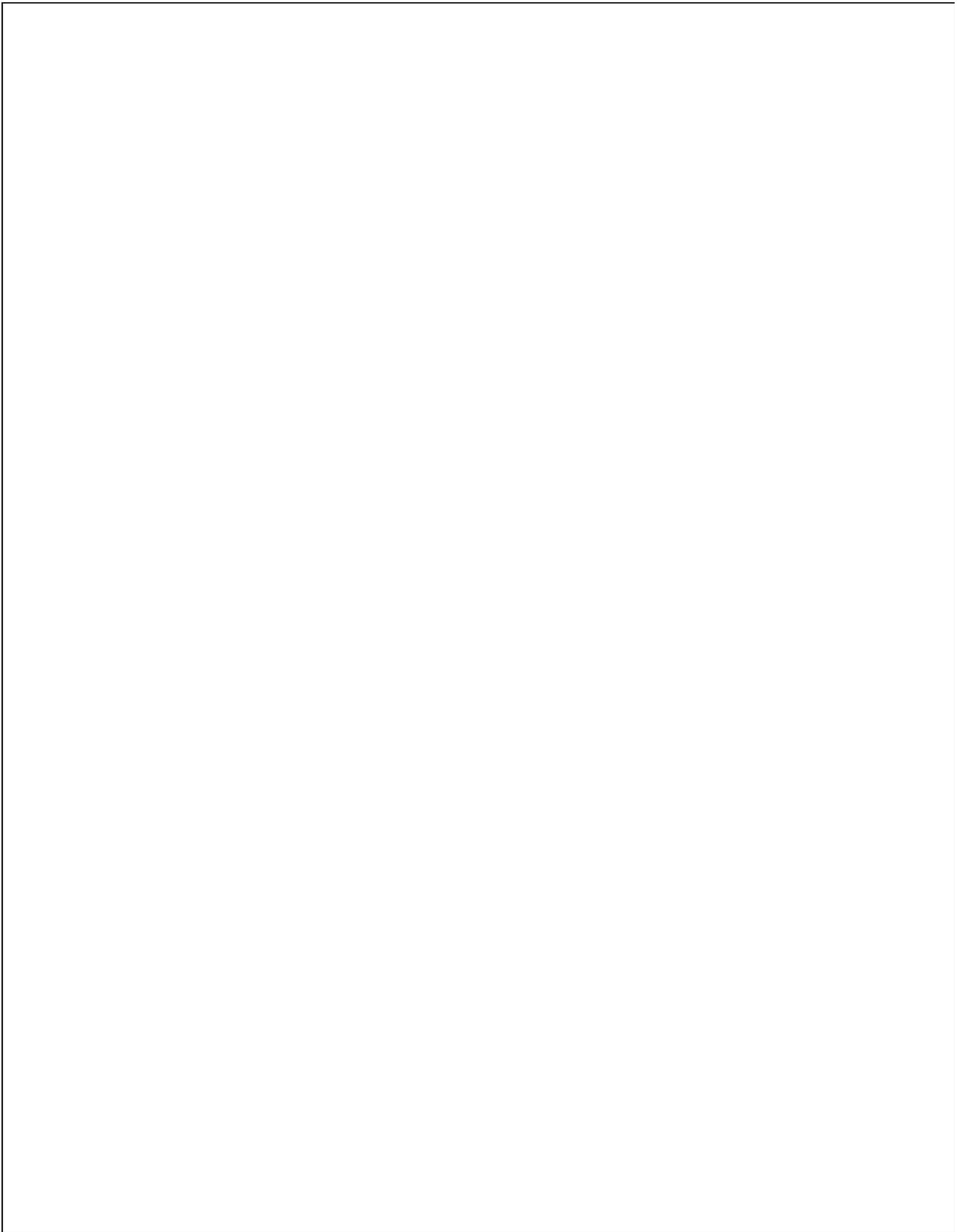
Hal ini diyakini akan meningkatkan kualitas siswa dan standar akademik serta menjadi standar bagi mereka yang melakukan evaluasi akademik.

3. Bagi Perusahaan

Temuan penelitian ini menjadi bahan renungan karena CV Kartika Sari Kota Malang menerapkan peran wanita dalam penjualan sepeda motor Honda untuk pemasaran lapangan, khususnya dalam menghadapi persaingan.

4. Bagi Penelitian Lain

Bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian yang sama tetapi dengan item yang berbeda, mungkin dapat digunakan sebagai bahan masukan, arahan, atau referensi.



Floriana bunga

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

www.kompas.com

Internet Source

2%

2

123dok.com

Internet Source

1%

3

johannessimatupang.wordpress.com

Internet Source

1%

4

core.ac.uk

Internet Source

1%

5

journal.uc.ac.id

Internet Source

1%

6

text-id.123dok.com

Internet Source

1%

7

statik.unesa.ac.id

Internet Source

1%

8

www.coursehero.com

Internet Source

1%

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Floriana bunga

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7
