

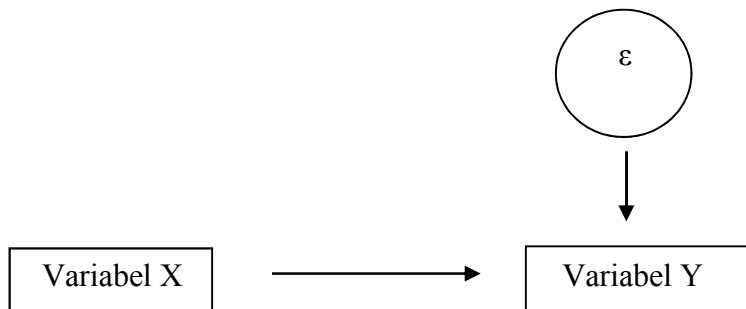
### BAB III

#### METODE DAN OBYEK PENELITIAN

##### A. Metode Penelitian

###### 1. Paradigma Penelitian

Paradigma Penelitian merupakan suatu pola pikir yang mengarah pada pengaruh antara variabel yang akan diteliti sehingga dapat melakukan penelitian yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian. Paradigma penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu *variabel independent* atau variabel bebas (X) yaitu strategi pemasaran dan *variabel dependent* atau variabel terikat (Y) yaitu tujuan penjualan.



Gambar 3.1 Paradigma Penelitian

Keterangan :

Variabel (x) = Strategi Pemasaran

Variabel (y) = Tujuan Penjualan

$\epsilon$  = Variabel lain diluar Penelitian

—————> = Pengaruh

## 2. Metode Penelitian yang digunakan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode Deskriptif analisis, yaitu suatu metode yang menggambarkan kejadian-kejadian secara normatif yang berdasarkan data dan fakta yang ada dan sedang berlangsung pada saat penelitian, kemudian data tersebut dikumpulkan dan dianalisis pada dasarnya menyangkut prosedur penemuan fakta-fakta sebagaimana keadaan sebenarnya pada saat penelitian.

## 3. Variabel Penelitian yang digunakan

### a. Variabel Penelitian

Pengertian variabel penelitian menurut **Sugiyono (2004:38)** “Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”.

Adapun variabel dalam penelitian ini adalah:

Variabel independen (X), adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain sehingga variabel ini dalam pelaksanaannya tidak tergantung pada variabel lain, variabel ini adalah strategi pemasaran.

Variabel dependen (Y), adalah variabel yang keberadaannya sangat dipengaruhi variabel independen. Variabel dependen disebut juga variabel output atau vertikal, variabel ini adalah tujuan penjualan.

### b. Operasional Variabel

Inti dari penelitian ini adalah mencari hubungan antara variabel. Hubungan yang paling mendasar adalah keterkaitan antara dua variabel, yaitu variabel independen (variabel bebas) adalah variabel yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependen, dan variabel

dependen (variabel terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Adapun operasionalisasi variabel penelitian secara lengkap dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut ini:

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel Bebas**

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Item
Variabel Bebas (X) Strategi Pemasaran	1. Produk	a. Kualitas produk bulu mata yang dihasilkan nyaman dan terstandarisasi	1
		b. Pengemasan barang dengan tampilan menarik	2
		c. Macam-macam varian produk yang inovatif	3
	2. Harga	a. Penetapan harga sesuai dengan pangsa pasar	4
		b. Harga jual memiliki kemampuan bersaing	5
	3. Distribusi	a. Pasar yang dituju	6
		b. Jumlah perantara dalam saluran distribusi	7
	4. Promosi	a. Periklanan melalui media (sosial, cetak, dan elektronik )	8
		b. Promosi penjualan melalui pameran internasional	9

*Sumber : Sofyan Assauri "Manajemen Pemasaran" (2013:75)*

**Tabel 3.2**  
**Operasional Variabel Terikat**

Variabel	Sub Varabel	Indikator	Item
Variabel Terikat (Y) Tujuan Penjualan	1. Mencapai Volume penjualan tertentu	a. Penjualan yang tercapai	10
		b. Target penjualan	11
	2. Mendapatkan laba	a. Harga jual produk	12
		b. Kesesuaian dengan target pencapaian laba	13
		c. Peningkatan laba dari waktu ke waktu	14
	3. Menunjang pertumbuhan perusahaan	a. Kondisi keuangan perusahaan	15
		b. Pertumbuhan segmen pasar	16
		c. Perkembangan produk	17

*Sumber: Basu Swastha "Manajemen Pemasaran Modern" (2008:406)*

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan langsung dengan masalah yang berkaitan supaya memperoleh hasil penelitian yang objektif, peneliti memerlukan data-data yang diperlukan. Data yang diperlukan dalam sebuah penelitian adalah data primer dan data sekunder.

##### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung pada saat peneliti akan dan sedang melaksanakan penelitian dilapangan.

##### 1) Observasi non partisipan

Yaitu peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada objek yang diteliti guna mengumpulkan data dan informasi yang akurat tanpa peneliti ikut serta terlibat dalam kegiatan perusahaan pada PT. Danbi International.

##### 2) Wawancara Terstruktur

Yaitu pengumpulan data dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi yang diperlukan perusahaan dengan cara melakukan tanya jawab langsung dengan general manager berdasarkan pertanyaan yang telah disiapkan dan disusun secara terstruktur dan sistematis, dimana peneliti menyediakan pedoman wawancara.

##### 3) Angket

Yaitu pengumpulan data dan informasi dengan cara menyebarkan sejumlah daftar pernyataan yang sudah tersedia alternatif-alternatif jawaban. Dalam pengumpulan data primer dengan menggunakan metode deskriptif perlu diambil sampel dari populasi. Menurut Sugiyono (2004:72) menyatakan populasi adalah sebagai berikut:

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempengaruhi kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Menurut Sugiyono (2004:73) yang dimaksud sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan teknik sampling yaitu non *propability sampling* dengan teknik sampling jenuh (*sensus*), yaitu berjumlah 11 orang. Responden dalam penelitian adalah karyawan bagian pemasaran dan penjualan. Berikut adalah data Responden pada bagian pemasaran dan penjualan:

**Tabel 3.3**

**Responden Bagian Pemasaran dan Penjualan**

No	Bagian	Jumlah
1	Pemasaran	1
2	Tenaga Ahli (Pemasaran)	4
3	Penjualan	6
Total		11

**Sumber : PT. Danbi International**

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diambil dari studi literatur yang dimaksudkan untuk mendukung kekuatan dan kebenaran data primer. Studi kepustakaan ini dilakukan dengan cara mempelajari literatur-literatur yang ada dengan mengumpulkan, meneliti serta menyeleksi teori-teori yang ada dibuku. Studi kepustakaan ini dimaksudkan untuk memperoleh landasan tentang informasi yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas.

## 5. Teknik Analisis Data

### a. Analisis Rumus Presentil

Analisis untuk mengetahui pelaksanaan strategi pemasaran dan tujuan penjualan melalui pengujian presentasi, dengan menggunakan rumus presentil, yaitu :

$$P = \frac{F_i}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

p= presentase yang di proses

f<sub>i</sub> = frekuensi setiap alternatif jawaban

n= Jumlah responden

i= internal

### b. Uji Validitas

Dalam teknik analisis data, penelitian menggunakan rumus statistik yaitu koefisien korelasi rank spearman dan uji hipotesis agar dapat ditarik kesimpulan :

Untuk mengukur validitas tersebut digunakan rumus :

$$r_{xy} = \frac{n \cdot \sum xy - (\sum x) \cdot (\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \cdot \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana :

r = Koefisien validitas butir pernyataan yang dicari

n = Banyaknya responden (di luar sampel penelitian yang sebenarnya)

x = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

$\sum x$  = Jumlah skor dalam distribusi x

$\sum y$  = Jumlah skor dalam distribusi y

$\sum x^2$  = Jumlah kuadrat masing-masing distribusi x

$\sum y^2$  = Jumlah kuadrat masing-masing

### c. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas menunjukkan pada pengertian bahwa sesuai instrumen cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen yang baik yang tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban tertentu. Menurut Arikunto, reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu. Reliabilitas artinya percaya, dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Instrumen yang realibel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Data yang benar sesuai dengan kenyataan untuk mengukur realibilitas kuesioner dalam penelitian ini digunakan “Metode Alpha Cronbach”

$$r = \frac{k}{k-1 \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_1^2}{\sigma^2} \right]}$$

Dimana :

r = Koefisien Reliabilitas yang dicari

k = Jumlah butir pernyataan

$\sum \sigma_1^2$  = Varians skor tes

Untuk mempelajari rumus diatas dalam uji realibilitas sebuah instrumen yang sering banyak memakan waktu adalah perhitungan varians tiap butir soal, tergantung jumlah butir pertanyaan yang ada. Semakin banyak jumlah pernyataan akan semakin banyak kerja perhitungan varians tiap butirnya. Untuk mencari butir itu dapat digunakan rumus :

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

$\sigma^2$  = Varians butir pernyataan ke-n (misalnya ke-1 dst)

$\sum x$  = Jumlah skor jawaban subjek untuk butir pernyataan ke-n

#### d. Koefisien Korelasi Rank Spearman ( $r_s$ )

Analisa ini dipakai untuk melihat hubungan yang terjadi diantara variabel yang diteliti, yaitu variabel bebas (Strategi Pemasaran) dan variabel terikat (Tujuan Penjualan), karena pengamatan dari dua variabel tersebut berskala ordinal/ranking maka derajat korelasi dicari dengan koefisien korelasi rank spearman yang digunakan rumus **Sidney Siegel (1999:243)**, sebagai berikut:

1) Apabila ada data kembar

$$r_s = \frac{\sum x^2 + \sum y^2 - \sum di^2}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Dimana :

$$\sum x^2 = \frac{n^3 - n}{12} - \sum tx \quad \sum y^2 = \frac{n^3 - n}{12} - \sum ty$$

Untuk mencari pemecahan  $\sum tx$  dan  $\sum ty$  selanjutnya dilakukan dengan cara sebagai berikut:

$$\sum tx = \frac{tx^3 - tx}{12}$$

$$\sum ty = \frac{ty^3 - ty}{12}$$

Keterangan:

$r_s$  = Koefisien Korelasi Rank Spearman

$\sum x^2$  = Skor Variabel X setelah Faktor Koreksi

$\sum y^2$  = Skor Variabel Y setelah Faktor Koreksi

$di^2$  = Selisih dua ranking

$n$  = Jumlah Responden



2) Apabila tidak ada data kembar

$$r_s = \frac{1 - 6 \sum_{i=1}^n d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan:

$r_s$  = Koefisien Korelasi Spearman

$d_i$  = Selisih Rank x dan y

$x$  = Variabel bebas yaitu Strategi Pemasaran

$y$  = Variabel terikat yaitu Tujuan Penjualan

3) Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara Variabel X (Strategi Pemasaran) dan Variabel Y (Tujuan Penjualan), maka hipotesis yang harus diuji adalah  $1 > 0$  dan  $1 < 0$ , untuk menguji jika sampel berukuran memiliki koefisien korelasi  $r_s$ , maka dapat digunakan rumus uji hipotesis (**Metode Penelitian Administrasi, Sugiyono(1995:150)**).

#### e. Persamaan Regresi Linier Sederhana

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional maupun kausal satu variabel Independen dengan satu variabel dependen.

Persamaan umum Regresi Linier Sederhana **Sugiyono (2003:237)** adalah :

$$Y = a + bx$$

$$a = \frac{(\sum yi)(\sum xi) - (\sum xi)(\sum xiyi)}{n \sum xi^2 - (\sum xi)^2}$$

$$b = \frac{n \sum xiyi - (\sum xi)(\sum yi)}{n \sum xi^2 - (\sum xi)^2}$$

Dimana :

$y$  = Subyek dalam Variabel Dependen yang diprediksikan

$a$  = Harga  $y$  bila  $x = 0$  (Harga Konstan)

b = Angka arah koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel Independen. Bila b(+) maka naik dan bila b(-) maka terjadi penurunan.

x = Subyek pada variabel Independen yang mempunyai nilai tertentu.

#### f. Analisa Koefisien Determinasi

Guna mengetahui pengaruh antara variabel bebas yaitu strategi pemasaran dengan variabel terikat yaitu tujuan penjualan, digunakan analisis determinasi dengan rumus :  $K_d = r^2 \times 100\%$

Keterangan:  $K_d$  = Koefisien Determinasi

$r$  = Koefisien Korelasi

Kriteria untuk koefisien determinasi :

Jika “d” mendekati 0, berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y lemah

Jika “d” mendekati 1, berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y kuat

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui berapa presentase variabel x strategi pemasaran mempengaruhi variabel y tujuan penjualan.

## B. OBYEK PENELITIAN

### 1. Sejarah PT. Danbi International

PT. Danbi International adalah salah satu perusahaan swasta yang bergerak dalam bidang industri alat kecantikan dalam pembuatan *Eyelashes* (Bulu Mata Palsu). PT. Danbi International berdiri pada tanggal 24 Agustus 1989, perusahaan ini awal mula bada usahanya PMDN (Penanaman Modal Dalam Negeri). Dari tahun 1990 sampai dengan tahun 2005 dan sesuai dengan perputaran dalam ruang lingkup bisnis di kalangan industri internasional, maka PT. Danbi International mulai tahun 2006 sampai sekarang bentuk badan usahanya dirubah menjadi PMA

(Penanaman Modal Asing). Yang mana nilai investasinya jadi bertambah dan sepenuhnya modal asing perusahaan ini terletak di Jl.Jend.Ahmad Yani No.380 Garut, Jawa Barat, Indonesia. Dengan penyerapan tenaga kerja mayoritas wanita dan sisanya laki-laki berjumlah kurang lebih 8.500 pekerja untuk 3 site/lokasi dan perusahaan ini mampu menjual barang ke pasaran dunia (Ekspor) diantaranya ke berbagai negara seperti Los Angeles, New York, German, Hongkong, London, Australia, Saudi Arabia dan beberapa negara lainnya di benua Asia, Eropa dan Amerika. Dalam proses pengerjaan produksi bulu mata ini, 80% pengerjaannya dengan keterampilan tangan (*hand made*), dan 20% bahan pengerjaan oleh tenaga mesin, alat pembantu, pencetak kemasan dan lain-lain. Diperlukan tenaga perempuan yang lebih teliti dalam proses pengerjaan dan keterampilannya.

Bahan dasar pembuatan Bulu Mata Palsu (*Eyelashes*) diantaranya ini menggunakan dari rambut manusia (*human hair*) dan *syntetic fibre*. Selain itu, perusahaan juga mengimport bahan baku seperti PVC, *glue bottle*, *applicatel*, guna berfungsi untuk mengepak, menyimpan bulu mata, sehingga bulu mata tersebut siap pakai. Import tersebut berasal dari beberapa negara diantaranya Korea, Hongkong, dan Cina. Proses Pembuatan bulu mata itu sendiri dimulai dari proses pewarnaan, *knitting* (menganyam), *gum*, *iron*, *farma*, *dry*, *curl*, *dimention*, *cutting* dan terakhir siap untuk dikemas (*packaging*).

Kapasitas Produksi terpasang dalam kurun waktu satu tahun harus mencapai 30.000.000 – 50.000.000 pasang agar dapat memenuhi kebutuhan pembeli. Proses penjualan bulu mata palsu adalah berdasarkan pesanan P.O (*purchase Order*) dimana perusahaan membuat dan terus menjual berdasarkan pesanan yang diminta pembeli dan kecil kemungkinan untuk memproduksi lebih banyak diluar pesanan.

## 2. Lingkup Usaha

### a. Ruang Lingkup

Ruang Lingkup dari implementasi sistem manajemen mutu, ISO 9001:2008 adalah:

- 1) PT. Danbi International adalah perusahaan manufaktur yang bergerak dalam produksi bulu mata termasuk dengan proses pengemasannya.
- 2) Ruang Lingkup pabrik yang diimplementasi sistem manajemen mutu ISO 9001:2008 adalah pabrik daerah suci yang beralamat di kawasan berikat, Jl.Jend.Ahmad Yani No.380, Garut, Jawa Barat.

### b. Tujuan

Manual mutu dituangkan dalam bentuk dokumen sistem mutu yang diterapkan sesuai dengan persyaratan ISO 9001:2008 di PT.Danbi International bertujuan untuk:

- 1) Sebagai pedoman bagi seluruh jajaran dalam perusahaan untuk melaksanakan proses dan atau transaksi bisnis, menjamin pemberian mutu produk, pelayanan dan kinerja terbaik kepada pelanggan serta memenuhi ketentuan peraturan yang berlaku dan perbaikan yang berkesinambungan.
- 2) Mendokumentasikan kebijakan dan sasaran mutu sebagai bukti komitmen pimpinan perusahaan
- 3) Sebagai alat pemasaran, bukti terhadap pelanggan bahwa perusahaan mempunyai komitmen terhadap mutu.
- 4) Menggambarkan apa yang menjadi kebijakan perusahaan untuk memenuhi persyaratan pelanggan
- 5) Sebagai dokumen pelatihan bagi pegawai baru di perusahaan

Ruang Lingkup Penerapan Sistem Manajemen Mutu ISO 9001:2008 pada PT. Danbi International meliputi proses yang ada, yaitu:

“PT. Danbi International adalah perusahaan manufaktur yang bergerak dalam produksi bulu mata termasuk dalam proses pengemasannya”.

### **PENGECEUALIAN PERSYARATAN**

Berdasarkan proses jasa pelayanan yang dilakukan PT.Danbi International, maka persyaratan dari ISO 9001:2008 klausul 7 tentang Realisasi Produk/Jasa yang dapat dikategorikan sebagai persyaratan yang tidak diterapkan (*permissible exclusion*)

Pada ruang lingkup proses adalah:

- a. Klausul 7.3 (Desain dan Pengembangan), karena dalam proses realisasi produk di PT. Danbi International sejauh ini organisasi tidak mengaplikasikan desain dan pengembangan desain secara khusus terhadap produksi bulu mata sebagai produk yang dihasilkan desain yang diterapkan disini adalah spesifikasi dari pelanggan (*customer*).

- b. Klausul 7.5.2 Validasi Proses Operation dan Penyediaan Produk

Validasi Proses operasi dan penyediaan produk tidak diterapkan pada ruang lingkup sistem manajemen mutu di PT. Danbi International karena hasil proses diperiksa oleh proses berikutnya.

### 3. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas

Struktur organisasi suatu perusahaan sangat dibutuhkan dalam menunjang kelancaran aktifitas produksi suatu perusahaan. Dengan adanya pengorganisasian tersebut, sumber-sumber daya pokok dapat disatukan dan dikombinasikan sehingga aktifitas-aktifitas dapat dilaksanakan untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Struktur organisasi merupakan sebuah alat untuk merencanakan dan melaksanakan kegiatan-kegiatan yang telah ditetapkan. Struktur tersebut dapat mendeskripsikan, menspesifikan pembagiann kegiatan kerja, menunjukkan fungsi dan kegiatan yang berbeda antara satu pekerjaan dengan pekerjaan lainnya.

Dengan adanya struktur organisasi yang baik dapat memberikan beberapa keuntungan sebagai berikut:

1. Setiap anggota organisasi akan mengetahui aktifitas-aktifitas yang harus dilaksanakan
2. Setiap anggota organisasi akan dapat mengetahui sampai sejauh mana batas-batas dan wewenang yang dimilikinya
3. Terciptanya kerjasamayang baik antara pelaksanaan tugas-tugas dalam suatu pekerjaan
4. Dapat membantu pimpinan dalam mencapai tujuan perusahaan.

Struktur organisasi yang digunakan oleh PT. Danbi International Bandung adalah tipe Staff and Line, dapat terlihat pada gambar berikut ini:



## **Uraian Tugas pegawai pada PT. Danbi International Kabupaten Garut**

### **1. Presiden Direktur**

Presiden direktur merupakan kepala atau penanggung jawab perusahaan atau juga sebagai pemegang saham. Tugasnya adalah mengontrol, mengevaluasi mekanisme perusahaan, dan mempertanggung jawabkan maju mundurnya perusahaan

### **2. Quality control**

Adalah orang yang bertugas di bagian produksi yang mengontrol barang-barang yang dihasilkan selama proses produksi sehingga bisa menentukan suatu barang layak dan tidaknya untuk dipasarkan atau dijual, agar barang tersebut tidak di retur oleh pembeli yang bisa mengakibatkan kerugian bagi perusahaan.

### **3. Manajer Produksi**

Manajer Produksi adalah salah satu pimpinan perusahaan yang ditempatkan dan menjabat sebagai Manajer yang bertanggung jawab atas segala mekanisme manajemen secara teknis yang meliputi pengawasan dan pengendalian proses produksi.

Tugasnya adalah:

- a. Melakukan perencanaan dan pengorganisasian jadwal produksi
- b. Menentukan standar kontrol kualitas produk
- c. Mengawasi proses dari mulai produksi sampai selesai
- d. Mengorganisir perbaikan dan pemeliharaan rutin peralatan produksi



- e. Mengawasi pekerjaan staf junior
- f. Menilai kelayakan proyek

#### **4. Teknik Maintenance**

Teknik Maintenance merupakan rangkaian para pekerja pada perusahaan khususnya diBagian Mekanik dan Perbengkelan.

Tugasnya adalah mengontrol mesin atau memperbaiki/membuat bahan orderan yang diperlukan sesuai kebutuhan mesin penggerak seperti kompresor, barang cetakan dan lain-lain. Hal seperti itu dilakukan pada setiap saat seta merawat kondisi perbengkelan.

#### **5. IT**

Staf yang bekerja dengan sistem komputerisasi untuk mengawasi, mengecek pada bagian tertentu, seperti jaringan internet, jaringan monitor *payroll*, jaringan monitor *CCTV*, jaringan absensi karyawan, membuat Bagan dan Prosedur oleh masing-masing bagian dan melaporkan jaringan sistem online setiap bulannya, karena pada suatu perusahaan harus ada bagian IT (*Inventory*)

#### **6. Supervisor**

Supervisor adalah pimpinan di salah satu divisi yang jabatannya di bawah manajer yang bertanggung jawab merencanakan pekerjaan yang telah diberikan kepada supervisor, mengordinasikan agar tugas berjalan lancar dengan bawahannya, memastikan setiap bawahannya terlibat pada tugas yang telah diberikan, mengarahkan bagaimana agar tugas dan pekerjaan tersebut bisa berjalan dengan lancar dan melakukan kontrol terhadap kegiatan dalam grupnya serta pekerjaan yang dilakukan oleh grup tersebut.

Tugasnya adalah:

- a. Menyampaikan kebijakan yang ia terima dari atasannya kepada *team leader*
- b. mengatur kelompok kerja pada grup yang dipegangnya
- c. memimpin dan memotivasi bawahannya
- d. memberikan tugas kepada *team leader*
- e. menegakkan aturan yang telah ditentukan oleh perusahaan
- f. memecahkan masalah-masalah kecil yang bisa dipecahkan sendiri mengenai produksi
- g. mengumpulkan laporan dari bawahannya untuk diberikan kepada atasan
- h. memberikan info kepada manajemen atau menjadi perantara antara bawahan dengan manajemen
- i. mengontrol dan mengevaluasi kinerja bawahan

## **7. Karyawan**

Karyawan adalah bagian terpenting dalam perusahaan, karena jika suatu perusahaan tanpa karyawan mungkin tidak bisa mencapai tujuan perusahaan. Adapun tanggung jawab karyawan adalah mematuhi segala peraturan perusahaan sesuai dengan perjanjian yang sudah ditentukan dan melaksanakan tugas-tugas yang diberikan oleh atasannya secara baik dan benar dan mengerjakan produk-produk yang telah ditentukan oleh perusahaan sesuai dengan kebutuhan sehingga menghasilkan barang jadi yang siap untuk dipasarkan dengan kualitas yang sudah diuji sehingga karyawan mendapatkan upah sesuai dengan kontrak perjanjian kerja

## 8. Manajer Administrasi

Manajer administrasi bertugas mengontrol semua kegiatan yang berhubungan dengan pendokumentasian dari mulai pendokumenan *hard copy* dan juga *soft copy*, juga mengkoordinasi dan membantu operasional umum perusahaan. Tugasnya adalah:

- a. Mengontrol seluruh kegiatan staf bawahannya
- b. Mengarahkan bawahannya dalam bidangnya masing-masing
- c. Melakukan rapat-rapat demi kelancaran penkerjaan bawahannya
- d. Melakukan evaluasi berkala
- e. Meloby rekanan kerja atau yang berhubungan dengan perusahaan demi lancarnya suatu proses pekerjaan.
- f. Menjadi penghubung antara bawahan dengan pihak direksi

## 9. Pay Roll

Payroll adalah Orang yang bekerja sebagai Staff Payroll (Bagian Perhitungan Upah) Dimana orang tersebut mengerjakan laporan harian produksi. Untuk menghitung hasil produksi yang dikerjakan oleh para pegawai produksi sesuai dengan penghasilan per orang setiap hari, sehingga dapat menghitung Pendapatan, Gaji/Upah karyawan . Laporan harian tersebut diterima dari staff administrasi Bagian Produksi dan melaporkan ke Bagian Payroll.

## 10. Staf ekspor-impor

Tugasnya adalah menyiapkan dan memeriksa dokumen-dokumen ekspor impor seperti *shipping instruction*, *invoice packing list*, *packing list PIB*, *packing list PEB*, mencari dan memesan kontainer termasuk kapalnya untuk tujuan ekspor,

menyiapkan laporan kegiatan ekspor impor ke instansi terkait, memonitor status kapal, mencari dan memesan *trucking*, untuk pengiriman barang dari pelabuhan sampai gudang penerimaan untuk keperluan impor. Adapun tugas dari staf ekspor impor adalah:

- a. Mengantisipasi apabila terjadi ketidak tepatan waktu atau *delay* pada kedatangan barang atau penerimaan
- b. Memantau kegiatan ekspor impor mengenai kedatangan barang/pengiriman barang bila terjadi hambatan. Contohnya seperti armada yang digunakan tidak tepat waktu atau ada gangguan
- c. Memastikan setiap barang ekspor apakah sudah sampai ke tujuan (*buyer*) atau belum
- d. Melakukan pendokumentasian hasil ekspor impor setiap satu bulan sekali dan melaporkannya ke atasan, dalam hal ini adalah manajer administrasi
- e. Membuat laporan berupa jumlah barang yang diekspor serta melaporkan biaya-biaya ekspor maupun impor baik memakai jasa kapal (laut) ataupun pesawat (udara)

## **11. Accounting dan Perpajakan**

Staf akunting bertanggung jawab atas laporan aktifitas keuangan secara tertulis selain itu pada jabatan ini dituntut untuk mengerti masalah perpajakan yang berlaku di negara Indonesia, karena laporan perpajakan perusahaan dibuat oleh staf akunting. Tugasnya adalah:

- a. Melakukan pengaturan administrasi keuangan perusahaan
- b. Menyusun dan membuat laporan keuangan perusahaan
- c. Menyusun dan membuat laporan perpajakan perusahaan

- d. Menyusun dan membuat anggaran pengeluaran perusahaan secara periodik (bulanan atau tahunan).
- e. Menyusun dan membuat anggaran pendapatan perusahaan secara periodik (bulanan atau tahunan)

#### **4. Keadaan Pegawai serta Visi, Misi, Kebijakan dan Sasaran Mutu**

##### **a. Keadaan Pegawai**

PT. Danbi International merupakan suatu perusahaan yang memproduksi bulu mata palsu yang dipimpin oleh Yong Ho Han yang tugasnya memimpin dan mengontrol jalannya perusahaan.

Jumlah Tenaga Kerja yang dimiliki oleh PT. Danbi International adalah 5.520 orang, yaitu terdiri dari 6 orang Tenaga Kerja Asing, 11 orang supervisor, 5 orang manajer, dan sebagian besarnya adalah karyawan pabrik.

Pada PT. Danbi International sebagian besar tenaga kerjanya perempuan, dikarenakan pada proses produksi bulu mata palsu tenaga perempuan dibutuhkan karena ketelitian dan keterampilannya. Sedangkan tenaga kerja laki-laki lebih difokuskan pada bagian *Quality Control* yang tugasnya mengawasi, mengendalikan proses dan kinerja karyawan proses produksi berjalan dengan lancar. Laki-laki ditempatkan di seksi insert mesin, gudang ekspor dan gudang material, sedangkan perempuan ditempatkan pada bagian produksi, *knitting*, *cutting*, *farma*, *dimention* dan *packing*.

Jumlah tenaga kerja pada PT. Danbi International berdasarkan latar belakang pendidikan adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Karakteristik Tenaga Kerja berdasarkan Latar Belakang Pendidikan**

No	Latar Belakang Pendidikan	Jumlah
1	Sarjana	13
2	SMA/SMK	4.215
3	SMP	950
4	SD	352
Jumlah		5.520

Pada PT. Danbi International sebagian besar tenaga kerjanya berlatar belakang pendidikan SMA/SMK maka sumberdaya manusianya sudah cukup memadai. Untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerja pada bagian produksi, perusahaan kurang memperhatikan latar belakang pendidikan.

Sebagai salah satu wujud komitmen PT. Danbi International dalam berupaya memuaskan pelanggan dan melakukan perbaikan berkelanjutan, maka manajemen PT. Danbi International mempunyai visi, misi dan menetapkan Kebijakan Mutu sebagai kerangka kerja untuk menetapkan dan meninjau sasaran mutu, yang dikomunikasikan dalam organisasi untuk dipahami dan dilaksanakan serta ditinjau secara terus-menerus agar senantiasa sesuai dengan perkembangan jaman.

**Visi:**

“Menjadi Perusahaan Industri Bulu Mata Palsu terbaik dalam desain dan kualitas dunia”

**Misi:**

1. Menjalankan proses produksi yang mengacu kepada standar mutu yang sesuai dengan harapan dan persyaratan pelanggan.

2. Melaksanakan penelitian dan pengembangan desain produk yang senantiasa mengikuti perkembangan permintaan pelanggan
3. Menciptakan kondisi lingkungan kerja yang terbaik untuk menghasilkan produk dengan kualitas terbaik sesuai harapan konsumen serta menimbulkan kebanggaan karyawan
4. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan sosial

### **PROFIL PT. DANBI INTERNATIONAL**

Nama Perusahaan : PT. Danbi International

Alamat : Jl. Jend. Ahmad Yani No.380 Garut, Jawa Barat  
Telp/Fax: (0262) 232032/(0262) 232137

NPWP : 01.333.477.6-443.000

SIU : 503/2051/1-141/PPTSP/2012

Legal Government Approval : (1) UU RI No.40 Tahun 2007 tentang  
Perseroan Terbatas

(2) Sistem Manajemen ISO 9001:2008, *Good  
Manufacturing Practice (GMP)*

## 5. Gambaran Umum Strategi Pemasaran Pada PT. Danbi International

Strategi Pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Strategi Pemasaran penting dilakukan perusahaan untuk menunjang peningkatan penjualan suatu perusahaan.

Penjualan adalah tujuan akhir dari suatu perusahaan. Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan dapat dilihat dari besar kecilnya penjualan yang dihasilkan. Volume Penjualan yang meningkat dan laba yang dihasilkan maksimal menjadi cita-cita suatu perusahaan

Pelaksanaan Strategi Pemasaran pada PT. Danbi International didasarkan pada kebutuhan perusahaan untuk memenuhi tujuan perusahaan. Perusahaan telah melakukan cara-cara untuk memasarkan produknya agar dapat bersaing di pasar global. Kebutuhan konsumen yang tinggi terhadap produk bulu mata palsu menjadi tugas yang harus diselesaikan oleh perusahaan untuk mendapat profit dan demi kelangsungan hidup perusahaan.

Dari pengamatan peneliti, proses pelaksanaan strategi pemasaran pada PT. Danbi International kurang berjalan dengan baik, hal ini dapat dilihat dari proses pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan hanya dengan menggunakan metode *direct selling* dan melalui promosi di media sosial sehingga proses pelaksanaan pemasaran PT. Danbi International kurang maksimal.



. Pelaksanaan strategi yang kurang maksimal yang dilakukan oleh perusahaan berdampak juga pada penjualan yang dihasilkan perusahaan. PT. Danbi International telah menetapkan target penjualan sebesar Rp. 165.000.000.-/bulannya. Akan tetapi, realisasi penjualan perbulannya tidak mencapai target yang diinginkan. Maka dari itu, perusahaan harus melakukan strategi pemasaran yang baik agar tercapainya target penjualan yang akan menunjang kelangsungan hidup perusahaan.