

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Dasar Pemikiran Magang

Pada era globalisasi saat ini, banyak perusahaan-perusahaan yang berkembang pesat. Berdasarkan pernyataan dari mantan Menteri Perindustrian Mohammad Suleman Hidayat yang dikutip dari laman Kementerian Perindustrian (2014) “Terdapat kurang lebih 2.900 pabrik tekstil di Indonesia, kontribusi Indonesia untuk kebutuhan tekstil dunia baru 1,8 persen, Saya berharap dalam waktu 10 tahun lagi meningkat menjadi 4 atau 5 persen”. Tercatat dalam periode 2015 hingga 2016 mencapai 5.600 sampai 5.900 perusahaan tekstil. Indonesia memang bukan industri tekstil terbesar namun telah masuk dalam jajaran 10 besar di dunia. Sementara itu, Menteri Perindustrian yang baru, Airlangga Hartanto akan menargetkan ekspornya agar bisa mencapai USD 15 Miliar dan mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 3,11 juta orang pada tahun 2019.

Berdasarkan data United Industrial Development Organization (UNIDO), saat ini Indonesia menduduki peringkat ke-9 di dunia untuk *Manufacturing Value Added*. Posisi ini sejajar dengan Brazil dan Inggris, bahkan lebih tinggi dari Rusia dan Australia. Kementerian perindustrian memperkirakan ekspor industri tekstil dan produk tekstil (TPT) akan tumbuh rata-rata 11 persen per tahun. Saat ini industri tekstil dan produk tekstil (TPT) yang beroperasi di Indonesia telah terintegrasi dengan klasifikasi dalam tiga area.

Pertama, sektor hulu yang didominasi menghasilkan produk fiber. Kedua, sektor antara perusahaan-perusahaan yang proses produksinya meliputi *spinning, knitting, weaving, dyeing, printing* dan *finishing*. Ketiga, sektor hilir berupa pabrik garmen dan produk tekstil lainnya. Pada tahun 2017 hingga 2018 produk tekstil meningkat sebanyak 5 persen hingga 8 persen. Hal ini sangat menarik untuk mempelajari lebih mendalam mengenai perusahaan tekstil di Indonesia.

Manufaktur tekstil adalah salah satu jenis industri besar yang menghasilkan kain setengah jadi atau kain jadi. Bahan baku utama tekstil adalah kapas alami yang diolah menjadi benang dan kemudian dibuat menjadi kain. Setiap perusahaan pasti mempunyai strategi dan taktik pemasaran untuk membuat perusahaannya maju dan mampu bersaing dengan perusahaan yang lain. Adanya strategi pemasaran dapat membantu menentukan sasaran pasar dan segmen pasar perusahaan. Selain strategi pemasaran, untuk memajukan perusahaan yaitu, dengan taktik pemasaran yang didalamnya terdapat bauran pemasaran. Bauran pemasaran adalah komponen penting dalam setiap mendirikan usaha, yang terdiri dari Produk, Promosi, Tempat dan Harga. Keberhasilan suatu perusahaan dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan memasarkan produknya, hal ini menjadikan perusahaan selalu berlomba-lomba untuk memenuhi target penjualan suatu perusahaan.

Semakin berkembangnya teknologi informasi, dapat memudahkan perusahaan untuk merencanakan strategi dan bauran pemasarannya. Kegiatan pemasaran bukan sekedar menjual barang atau jasa, melainkan juga

memperhatikan kualitas produk dan memperhatikan *service* perusahaan agar tercipta hubungan jangka panjang dengan konsumen. Selain itu, perusahaan juga perlu memperhatikan pesaingnya yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang tekstil dan garmen di Jawa Tengah adalah PT Dan Liris. Perusahaan ini berlokasi di Kelurahan Banaran, Kecamatan Grogol, Kabupaten Sukoharjo dan mempunyai cabang di Karanganyar dan Jakarta. Perusahaan ini juga menjalankan strategi perusahaannya dengan dibantu 8000 karyawan sehingga mampu memproduksi 7,5 juta garmen per tahun dan 55 juta meter kain per tahun. PT Dan Liris telah menjadi mitra terpercaya pilihan merek-merek kelas dunia seperti DKNY, Disney, Dunhill, dan lain-lain.

Berdasarkan informasi yang didapatkan dari penulis, PT Dan Liris adalah perusahaan besar di bidang tekstil dan garmen yang telah memperluas lingkup produktivitas berbagai proses, sehingga memperkuat jalur nilai tambah pada proses produksi dan penjualan. Selain itu juga fokus terhadap peningkatan pelatihan bagi karyawan untuk menciptakan kinerja karyawan.

Berdasarkan pemikiran diatas, penulis telah melakukan kegiatan magang untuk mengetahui tentang strategi dan bauran pemasaran perusahaan khususnya di bidang *spinning*. Selanjutnya penulis akan menyusun laporan magang guna membuat laporan tugas akhir dengan judul **“Penerapan Strategi Pemasaran dan Bauran Pemasaran Produk Benang di PT Dan Liris”**

## 1.2 Tujuan Magang

- a. Untuk mempelajari strategi pemasaran (STP) produk benang dalam PT Dan Liris.
- b. Untuk mempelajari bauran pemasaran (4P) produk benang dalam PT Dan Liris.
- c. Untuk mengidentifikasi permasalahan yang terjadi dalam strategi pemasaran yang telah diterapkan.

## 1.3 Target Magang

- a. Mampu menjelaskan strategi pemasaran produk benang dalam PT Dan Liris.
- b. Mampu menjelaskan bauran pemasaran produk benang dalam PT Dan Liris.
- c. Mampu mengidentifikasi dan menjelaskan permasalahan yang terjadi dalam strategi pemasaran yang diterapkan.

## 1.4 Bidang Magang

Bidang magang yang dilaksanakan pada bidang pemasaran divisi *spinning*. Tugas bagian divisi *spinning* fokus pada produk benang, mulai dari pemasarannya hingga penjualannya serta menjadi narahubung antara pembeli dan perusahaan.

## 1.5 Lokasi Magang

Kegiatan magang dilaksanakan pada PT Dan Liris. Berikut ini adalah alamat dan peta Lokasi Magang pada Gambar 1.1.

Alamat : Kelurahan Banaran, Kecamatan Grogol, Kab. Sukoharjo

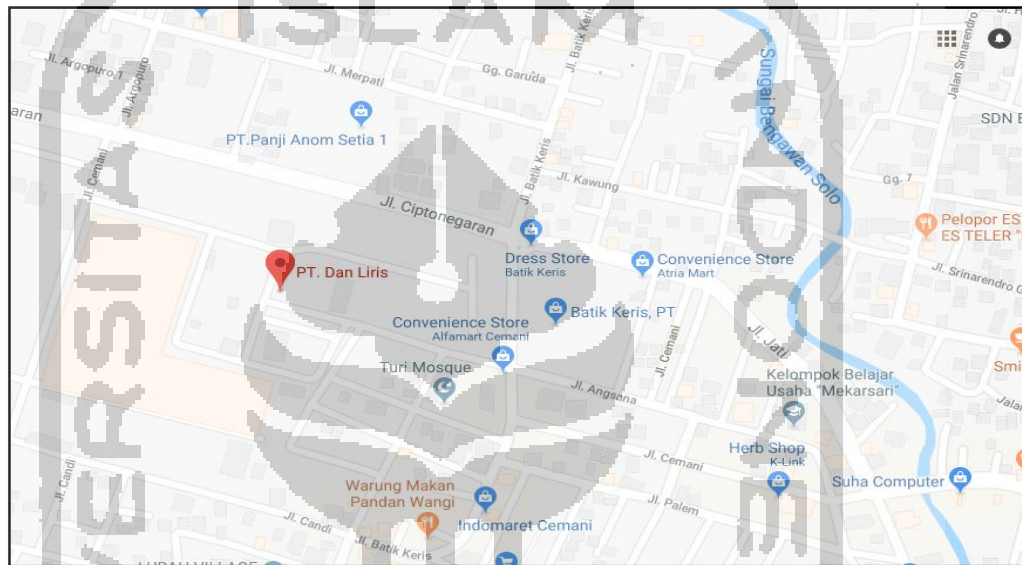
Phone : (0271) 714400, 740888

Fax : (0271) 735222, 740777

Kode Pos : 57193

Luas Tanah : 550.000 M<sup>2</sup>

Area Pabrik : 400.000 M<sup>2</sup>



Sumber : Google Maps, 2019.

**Gambar 1.1**  
**Peta Lokasi Magang**

### 1.6 Rincian dan Jadwal Pelaksanaan Magang

Magang di mulai pada tanggal 4 Maret 2019 dan berakhir pada tanggal 13 April 2019, dijadwalkan 6 hari dalam satu minggu, dan dilaksanakan selama 6 minggu. Dalam pelaksanaannya, penulis mengikuti prosedur di PT Dan Liris mulai jam kerja dan hari masuk kerja.

Rincian dan jadwal pelaksanaan magang seperti Tabel berikut 1.1 sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Rincian dan Jadwal Pelaksanaan Magang**

No	Kegiatan	Februari				Maret					April				
		1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1.	Survey Lokasi Magang	■	■												
2.	Penulisan <i>Term of Reference</i> (TOR)					■									
3.	Pelaksanaan Kegiatan Magang					■	■	■	■	■	■				
4.	Pengumpulan teori-teori penulisan Laporan Magang				■	■	■	■	■						
5.	Pengumpulan Data					■	■	■	■	■	■				
6.	Menyusun Laporan Magang									■	■	■	■	■	

### 1.5 Sistematika Penulisan Laporan Magang

Secara garis besar laporan magang ini dijabarkan dalam 4 (empat) bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

#### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang berisi ringkasan dari keseluruhan isi laporan magang dan alasan mengapa memilih judul penerapan strategi pemasaran dan bauran pemasaran produk benang di PT Dan Liris. Bab ini juga berisi mengenai pemikiran magang, tujuan magang, target magang,

bidang magang, lokasi magang, jadwal magang dan sistematika penulisan laporan magang.

## BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan bab yang berisi tentang dasar-dasar teori yang digunakan sebagai landasan dalam menyusun laporan tugas akhir. Bab ini berisi mengenai teori pengertian strategi pemasaran, tujuan pemasaran, dan fungsi pemasaran. Strategi pemasaran terdiri dari *segmenting, targeting dan positioning* (STP). Selain strategi pemasaran, bab ini juga menjelaskan mengenai bauran pemasaran yang terdiri dari 4P yaitu, *product, price, place, promotion*.

## BAB III ANALISIS DISKRIPTIF

Bab ini merupakan bab yang berisi mengenai pembahasan laporan tugas akhir dan analisis mengenai data yang didapatkan saat magang. Bab ini terdiri dari data umum dan khusus. Data umum menjelaskan tentang gambaran umum pada tempat magang seperti Sejarah, Visi dan Misi, Struktur Organisasi, dan Nilai Perusahaan. Data Khusus menjelaskan tentang data hasil temuan pada saat magang yang berfokus pada strategi pemasaran produk benang, bauran pemasaran produk benang, dan kendala yang dihadapi pada saat pemasaran produk benang.

#### BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian penutup laporan tugas akhir yang menjabarkan tentang kesimpulan hasil analisis dari bab-bab sebelumnya dan saran untuk perkembangan dan kemajuan PT Dan Liris.

