

## **BAB III**

### **ANALISIS DESKRIPTIF**

#### **3.1 Data Umum**

##### **3.1.1 Sejarah PT Alam Daya Sakti**

PT Alam Daya Sakti merupakan sebuah perusahaan dengan bentuk Perseroan Terbatas (PT) yang bergerak di bidang industri bahan bangunan beton. Perusahaan berdiri pertama kali di Semarang pada tahun 1973. Awal berdirinya, PT Alam Daya Sakti hanya memproduksi dan memasarkan produk ubin teraso yang sedang *booming* pada masa itu. Pada tahun 1984 PT Alam Daya Sakti telah berkembang menjadi produsen *paving block*, dengan dimilikinya mesin produksi *paving* otomatis dari Jerman. Pada tahun 1986 proyek Pekan Raya Promosi dan Pembangunan (PRPP) di Semarang menjadi saksi hidup kualitas *paving block* PT Alam Daya Sakti karena itu merupakan proyek bergengsi yang dikerjakan oleh PT Alam Daya Sakti dan sudah terpasang lebih dari 25 tahun. Pada tahun 2009, PT Alam Daya Sakti telah menerapkan dan memperoleh sertifikat kelayakan mutu dan kualitas sesuai dengan standart ISO 9001:2008. Hal itu membuktikan bahwa PT Alam Daya Sakti terus mengembangkan diri menjadi lebih baik lagi bagi para *stakeholder*-nya. Pada tahun 2010, PT Alam Daya Sakti terus melebarkan sayapnya dan mulai mendirikan pabrik cabang baru di Magelang.

#### Lokasi Perusahaan

1. *Head Office&Factory*: Jl. Simongan No.39 Ringintelu, Semarang.

**Luas area** : 12,500 m<sup>2</sup> tanah dan bangunan.

2. *Factory 2* : Jl. Raya Magelang-Jogjakarta Km 12,5 Ds.

Bojong, Mungkid, Magelang.

**Luas area** : 11,000 m<sup>2</sup> tanah dan bangunan.

### 3.2.2 Visi dan Misi PT Alam Daya Sakti

#### 1. Visi

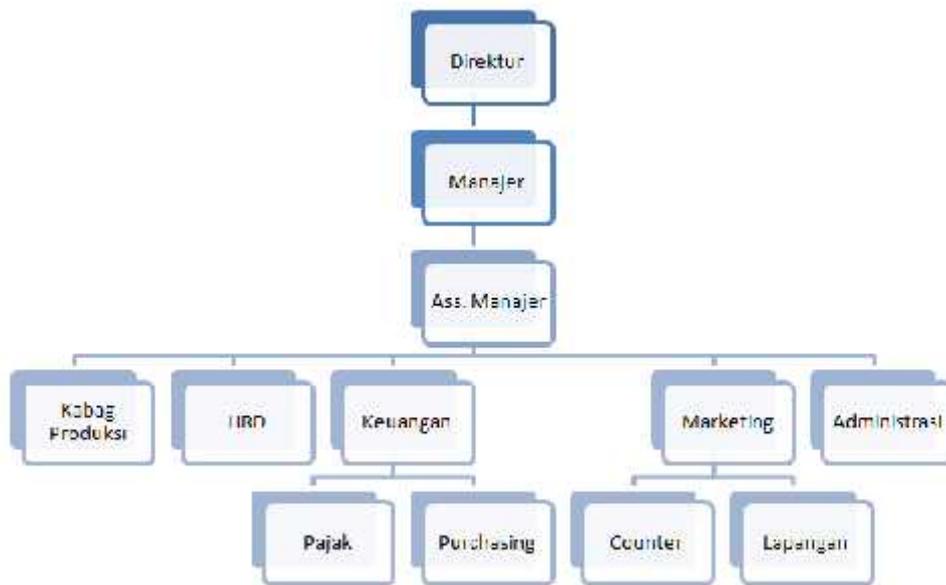
- 1) Menjadi salah satu perusahaan industri beton terbaik di Indonesia melalui SDM yang kompeten dan beriman.
- 2) Menjadi perusahaan yang memiliki struktur keuangan yang solid.
- 3) Menjadi perusahaan yang memiliki hubungan yang intim dengan para stakeholder.

#### 2. Misi

Selalu melakukan inovasi dan perbaikan yang berkesinambungan pada layanan dan produk yang terbaik kepada para stakeholder.

### 3.1.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi PT Alam Daya Sakti dapat dilihat pada Gambar 3.1



Sumber: PT Alam Daya Sakti

**Gambar 3.1. Struktur Organisasi PT Alam Daya Sakti**

### 3.1.4 Tugas dan Wewenang

Rincian pembagian kerja masing-masing bagian dirinci sebagai berikut:

#### 1. Direktur

Direktur memiliki kewenangan dalam perusahaan untuk melaksanakan kebijakan rapat umum pemegang saham (RUPS). Berikut adalah tugas direktur:

- 1) Merumuskan tujuan perusahaan.
- 2) Menyusun rencana jangka panjang.
- 3) Menetapkan kebijakan-kebijakan dan pedoman-pedoman penyusunan anggaran perusahaan.
- 4) Mengevaluasi hasil kerja setiap tahunnya.

- 5) Menetapkan rancangan Rapat Umum Pemegang Saham.
- 6) Menyusun rencana jangka panjang.

## 2. Manajer

Tugas seorang manajer adalah sebagai berikut:

- 1) Melakukan pengarahan meliputi pembuatan keputusan, kebijaksanaan, supervisi, dan lain-lain.
- 2) Membuat rancangan organisasi dan pekerjaan.
- 3) Melakukan seleksi, pelatihan, penilaian, dan pengembangan.
- 4) Menerapkan sistem komunikasi, pengendalian, dan reward.

## 3. Asisten Manajer

Tugas asisten manajer adalah membantu tugas-tugas seorang manajer.

## 4. Kepala Bagian Produksi

Kepala bagian produksi pabrik pusat di Semarang dan pabrik cabang di Magelang mempunyai tugas yang sama, sebagai berikut:

- 1) Mengkoordinir dan memimpin semua kegiatan di bagian pabrik.
- 2) Meningkatkan efisiensi proses dan menjaga kualitas produk.
- 3) Bertanggung jawab kepada Direktur mengenai kegiatan pabrikasi.

## 5. *Human Resource Department* (HRD)

HRD atau yang lebih dikenal dengan departemen SDM, memiliki tugas sebagai berikut:

- 1) Merekrut karyawan baru.
- 2) Mengkoordinasi dan memimpin kegiatan pengolahan tenaga kerja dan kesehatan karyawan.

3) Bertanggung jawab di bagian tata usaha dan personalia.

#### 6. Keuangan

Tugas bagian keuangan adalah sebagai berikut:

- 1) Mengkoordinir kegiatan di bidang keuangan, anggaran, biaya produksi, kegiatan pembelian dan penjualan.
- 2) Bertanggung jawab di bidang tata usaha, keuangan dan pengadaan barang perusahaan.

#### 7. Pajak

Pajak merupakan bagian dari keuangan. Tugas di bagian pajak adalah membuat dokumen pajak terkait dengan transaksi dan membuat laporan pajak.

#### 8. *Purchasing*

*Purchasing* juga merupakan bagian dari keuangan. Tugas di bagian *purchasing* adalah sebagai berikut:

- 1) Membuat perencanaan pembelian barang maupun jasa sesuai permintaan pembelian yang diterima dari department terkait
- 2) Mengatur pembelian agar barang dan kedatangannya sesuai dengan yang diharapkan oleh department terkait.
- 3) Memberikan beberapa alternatif pengganti untuk barang/jasa (jika diperlukan).

#### 9. *Marketing* (Pemasaran)

Tugas dari *marketing* adalah sebagai berikut:

- 1) Menyusun strategi pemasaran.
- 2) Mengembangkan pasar dengan membuat inovasi produk-produk baru.

3) Mengadakan perbaikan sistem pemasaran.

10. Pemasaran bagian *counter*

Tugas seorang pemasaran di bagian *counter* adalah melayani pelanggan dan membuat penawaran.

11. Pemasaran bagian Keliling

Tugas seorang pemasaran di bagian keliling adalah mencari proyek baru dengan memasuki wilayah-wilayah desa dan kecamatan.

12. Administrasi

Tugas bagian administrasi adalah:

- 1) Membuat rekap data.
- 2) Membuat surat jalan untuk angkutan yang membawa pesanan konsumen.
- 3) Membuat agenda perusahaan.
- 4) Menjawab dan menerima telepon yang masuk.
- 5) Memastikan segala kegiatan administratif di perusahaan berjalan dengan baik.

### **3.1.5 Jam Kerja di PT Alam Daya Sakti**

Karyawan bekerja enam hari dalam satu minggu. Jadwal kerja karyawan PT Alam Daya Sakti dapat dilihat pada Tabel 3.1.

**Tabel 3.1. Jam Kerja Karyawan PT Alam Daya Sakti**

Hari	Jam Mulai	Jam Selesai
Senin-Rabu	07.00 WIB	16.00 WIB
Kamis-Jumat	07.00 WIB	16.00 WIB
Sabtu	07.00 WIB	13.30 WIB
Istirahat	11.30 WIB	12.30 WIB

Sumber: PT Alam Daya Sakti

## 3.2 Data Khusus

### 3.2.1 Strategi Pemasaran oleh PT Alam Daya Sakti

Berikut adalah strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT Alam Daya Sakti:

#### 1. *Segmenting*

Dari segmentasi geografis pasar PT Alam Daya Sakti adalah masyarakat Jawa Tengah seperti Semarang, Solo, Purwokerto, Magelang dan lain-lain. Dari segi segmentasi demografis pasar PT Alam Daya Sakti sebagai produsen *paving block* adalah pria maupun wanita yang sudah bekerja terutama yang bekerja di perkantoran, sekolah, pabrik-pabrik dan lain-lain yang sekiranya membutuhkan *paving block*.

#### 2. *Targeting*

Target pasar dari PT Alam Daya Sakti adalah kalangan menengah ke atas, karena sasaran dari PT Alam Daya Sakti ini adalah perusahaan-perusahaan besar atau untuk wilayah pemerintahan dari desa sampai pemerintahan kota.

Maka dari itu perusahaan menciptakan beberapa macam ukuran dan bentuk *paving block* yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Namun konsumen yang membutuhkan kebutuhan untuk rumah mereka sendiri PT Alam Daya Sakti juga menyediakan produk *paving block* untuk halaman rumah atau daerah sekitar rumah.

### 3. *Positioning*

PT Alam Daya Sakti memosisikan dirinya sebagai produsen *paving block* pertama di Jawa Tengah dan akan selalu memenuhi kebutuhan konsumennya dengan membuat berbagai inovasi dari bentuk, ukuran dan kekuatan dari produknya.

### 4. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

#### 1) Produk (*Product*)

PT Alam Daya Sakti awalnya hanya memproduksi ubin terazzo, namun seiring berkembangnya jaman dan teknologi serta berubahnya kebutuhan pasar, PT Alam Daya Sakti mulai memproduksi *paving block* yang ditunjang dengan alat dan mesin yang memadai, sehingga mampu membuat *paving block* yang kuat 10x lipat daripada *paving* produksi manual. Berikut adalah produk unggulan yang diproduksi oleh PT Alam Daya Sakti:

##### a. *Paving K-500*

*Paving* ini digunakan untuk lokasi yang dilalui oleh kendaraan bermuatan berat atau *heavy vehicle* secara terus menerus. Cocok untuk bandara, pelabuhan, pergudangan, lingkungan industri, garasi truk dan lokasi yang membutuhkan perkerasan jalan ekstra kuat. *Paving K-500* ini mempunyai

dua produk yaitu *Holland* dan *Unipave*. Gambar *paving block* K-500 bisa dilihat pada lampiran 3.

b. *Paving* K-400

*Paving* ini digunakan untuk jalan yang dilalui oleh kendaraan yang bervariasi seperti mobil, angkutan umum, dan truk dengan muatan sedang. Cocok untuk perumahan *elite*, jalan utama, ruko, hotel, dan mall. *Paving* jenis ini memiliki pilihan motif bervariasi dan berestetika. Gambar *paving block* K-400 dapat dilihat pada lampiran 3.

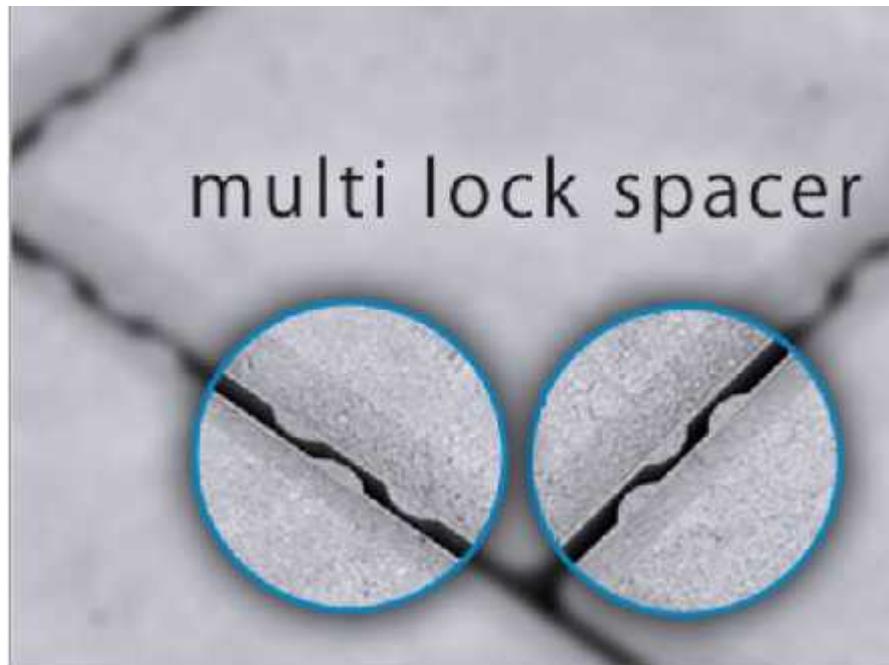
c. *Paving* K-300

*Paving* jenis ini digunakan untuk jalan yang dilewati oleh kendaraan pribadi seperti mobil dan motor. Cocok digunakan pada halaman rumah, jalan warga, trotoar dan jalan yang tidak dilewati oleh kendaraan yang tidak bermuatan berat. *Paving* ini juga memiliki pilihan motif dan bentuk yang bervariasi. Gambar *paving block* K-300 dapat dilihat pada lampiran 4.

Selain itu PT Alam Daya Sakti berinovasi dengan membuat *paving* dengan *multi lock spacer*. *Spacer* yang lebar dan banyak tersebut disebut sebagai *multispacer*. Berikut adalah beberapa keuntungan dari *multispacer*:

- a. *Paving* tidak mudah bergeser.
- b. Penguncian yang kokoh menjadikan hubungan antar *paving* menjadi solid.
- c. *Paving* menjadi lebih tahan lama.

Contoh *multi lock spacer* dapat dilihat pada Gambar 3.2



Sumber: [aldas.co.id](http://aldas.co.id), 2018

**Gambar 3.2** Contoh *Multi lock spacer*

PT Alam Daya Sakti juga berinovasi dengan menyediakan *product costume*, bisa diketahui bahwa *costume* ini berarti konsumen dapat mendesain sendiri bentuk paving yang diinginkan. PT Alam Daya Sakti juga mendapat sertifikat ISO 9001: 2008 yang artinya PT Alam Daya Sakti sudah memenuhi standar dalam hal mutu dan kualitas dari produknya. Gambar sertifikat ISO bisa dilihat pada lampiran 5.

## 2) Harga (*Price*)

Harga *paving block* PT Alam Daya Sakti ini cukup bersaing dengan produsen-produsen lain. Harganya juga ditentukan dengan kualitas dan

mutu dari *paving block* itu sendiri. Selain itu harga juga ditentukan dari bentuk, ukuran, kekuatan, warna.

### 3) Distribusi (*Place*)

Pabrik dan kantor pusat PT Alam Daya Sakti berada di Semarang. Tempat awal pembangunan memang berada di Semarang. Semarang merupakan ibukota Jawa Tengah. Semarang adalah kota yang besar dan berkembang, di sana banyak proyek-proyek pembangunan yang tentunya akan memberikan peluang untuk PT Alam Daya Sakti mengenalkan produknya dan mengembangkan produknya dengan menjadi *partner* untuk proyek pembangunan pemerintahan atau perusahaan-perusahaan besar lain di Semarang. Pada tahun 2010 PT Alam Daya Sakti membuka pabrik dan kantor cabang di Magelang. Pemilihan tempat di Magelang sendiri karena dekat dengan bahan baku. Selain itu jika ada pesanan di kota tertentu dapat dilihat dari kilometer yang terdekat dengan pabrik yang ada di Semarang atau Magelang, sehingga akan menekan biaya pengiriman dan lebih efektif.

Pendistribusian produk dari PT Alam Daya Sakti masih di seputaran Jawa Tengah seperti Semarang, Purwokerto, Magelang, Solo, Cepu dan kawasan Jawa Tengah lainnya. Pendistribusian *paving block* menggunakan armada dari perusahaan sendiri dan ada yang menyewa dari luar jika memang dibutuhkan. Ada empat armada dengan kapasitasnya masing-masing. *Paving block* dengan ketebalan 6 cm per meternya berisi 135 buah *paving block*. Sedangkan untuk ketebalan 8 cm per meternya berisi 180 buah. Kapasitas yang

bisa diangkut oleh masing-masing armada pengangkut dapat dilihat pada Tabel

### 3.2

**Tabel 3.2 Kapasitas Angkutan**

Nama Armada	Volume Angkut	<i>Paving Block</i> 6 cm (135/m)	<i>Paving Block</i> 8 cm (180/m)
Pickup	± 10 m	± 1.350 buah	± 1.800 buah
Truk Kecil	± 60 m	± 8.100 buah	± 10.800 buah
Engkel	± 100 m	± 13.500 buah	± 18.000 buah
Tronton	± 125 m	± 16.875 buah	± 22.500 buah

Sumber : PT Alam Daya Sakti

#### 4) Promosi (*Promotion*)

Promosi yang dilakukan oleh PT Alam Daya Sakti melalui beberapa cara berikut ini:

##### a. Penjualan langsung (*Personal selling*)

Penjualan langsung dilakukan dengan berkeliling masuk ke kelurahan-kelurahan atau kecamatan-kecamatan yang ada di sekitar Magelang dan Semarang untuk mencari proyek baru yang sekiranya sedang membutuhkan pengerasan jalan. Strategi melalui *personal selling* ini bertujuan untuk membujuk dan mengajak pelanggan untuk membeli produk dari PT Alam Daya Sakti.

##### b. Promosi penjualan

Kegiatan promosi penjualan yang dilakukan oleh PT Alam Daya Sakti adalah dengan memberikan diskon atau potongan harga. PT Alam Daya

Sakti memberikan diskon sebesar 10%. Selain memberikan diskon, PT Alam Daya Sakti juga memberikan ganti jika terjadi kerusakan. PT Alam Daya Sakti memberikan ganti jika ada paving yang rusak dengan ketentuan kerusakannya lebih dari 10%.

c. Melalui *website*

Promosi juga dilakukan melalui *website*, karena jaman sekarang sudah banyak orang yang bisa mengakses internet. Dengan adanya *website* maka konsumen bisa melihat-lihat terlebih dahulu sebelum membeli. Semua informasi produk bisa dilihat di *website* [aldas.co.id](http://aldas.co.id). *Website* dari PT Alam Daya Sakti dapat dilihat pada Gambar 3.3



Sumber: [aldas.co.id](http://aldas.co.id), 2018

**Gambar 3.3 Website PT Alam Daya Sakti**

d. Melalui mulut ke mulut (*Word of Mouth*)

Salah satu promosi yang efektif menurut PT Alam Daya Sakti adalah promosi melalui *Word of Mouth* atau dari mulut ke mulut. Biasanya jika

ada teman atau saudara yang pernah membeli *paving block* di PT Alam Daya Sakti maka mereka akan memberitahukan itu kepada orang lain.

### **3.2.2 Hambatan penerapan strategi pemasaran oleh PT Alam Daya Sakti**

Hambatan penerapan strategi pemasaran yang dihadapi oleh PT Alam Daya Sakti antara lain adalah:

1. Segmentasi pasar hanya sekitar Jawa Tengah karena untuk keluar Jawa Tengah atau bahkan keluar pulau Jawa akan menambah biaya pengiriman, jika menggunakan armada di luar perusahaan terkadang ada sopir yang tidak mau atau akan meminta biaya lebih. Banyaknya kompetitor juga di luar Jawa Tengah yang bersaing.
2. Banyaknya produsen *paving block* membuat harga dipasaran bersaing. Kompetitor bisa melakukan banyak hal untuk mengetahui harga produk yang perusahaan jual dengan cara berpura-pura menjadi konsumen yang akan membeli, namun mereka hanya datang untuk bertanya-tanya soal harga tetapi tidak membeli. PT Alam Daya Sakti mengatasi ini dengan tidak menampilkan harga, jika ada konsumen yang datang dan bertanya-tanya maka akan langsung ditanya mana yang akan dibeli lalu akan dibuatkan penawaran atau bisa langsung perhitungan dan bayar di kasir.
3. Dari saluran distribusi yang menjadi hambatan adalah jalanan yang dituju oleh pengantar terkadang tidak baik atau rusak. Hal itu menyebabkan kerusakan pada *paving block* yang dibawa karena jalanan yang tidak baik atau rusak. Ada pula jalanan yang dilalui menanjak atau menurun dan berkelok-kelok. Untuk

mengatasi hal tersebut biasanya kapasitas diturunkan untuk mencegah banyaknya kerusakan pada *paving block* yang dibawa.

4. Penggunaan *website* sebagai media promosi dirasa kurang karena kebanyakan orang mengetahui dari mulut ke mulut dan dari *marketing* keliling dan *website* jarang diupdate jika ada produk baru atau berita terbaru tentang PT Alam Daya Sakti. Masih banyak orang yang tidak mengetahui PT Alam Daya Sakti karena kurangnya media promosi yang dilakukan oleh PT Alam Daya Sakti.