

BAB III

ANALISIS DESKRIPTIF

3.1 Data Umum

3.1.1 Sejarah Perusahaan

Pemikiran awal didirikan Industri Kereta Api di Indonesia merupakan salah satu kebijakan pemerintah dalam rangka memenuhi kebutuhan jasa angkutan kereta api di Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya. Untuk itu, maka Perusahaan Jasa Kereta Api (PJKA) yang merupakan pengembang balai yasa lokomotif uap merintis dan mengadakan penjajagan secara intensif akan kemungkinan-kemungkinan untuk memproduksi sendiri lokomotif dan kereta penumpang di balai yasa PJKA Madiun, berikut adalah proses kronologi berdirinya PT Industri kereta api Madiun Madiun (Persero):

1. Pada tanggal 28 Nopember 1979, Menteri Perhubungan dan Menteri Riset dan teknologi mengadakan peninjauan ke balai yasa Perusahaan Jasa Kereta Api (PJKA) Madiun. Hasilnya dari peninjauan tersebut diputuskan untuk mengeksekusi proses pendirian Industri Kereta Api.
2. Pada tanggal 11 Desember 1979, diadakan rapat antara wakil-wakil dari Departemen Perhubungan, BPPT (Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi) dan Departemen Perindustrian. Hasil rapat menetapkan dasar kebijaksanaan pendirian suatu PT (Persero) Madiun Manufacturing Perkereta Apian

3. Dengan SK Menteri Perhubungan No. 32/OT.001/Phb/80 tanggal 27 Pebruari 1980 dibentuk Panitia Persiapan Pembentukan PT Industri Kereta Api Madiun.
4. Tanggal 4 Juli 1981 : Pelantikan Direksi dan Dewan Komisaris oleh Menteri Perhubungan.
5. Tanggal 29 Agustus 1981 : Penyerahan operasional Balai Yasa dan Gudang Persediaan dari PJKA kepada PT Industri Kereta Api Madiun Madiun (Persero) disaksikan oleh Menteri Perhubungan.

Fokus PT INKA adalah untuk memberikan produk yang memiliki kualitas terbaik dan melayani pelanggan dengan sebaik mungkin. PT INKA menyediakan berbagai macam produk untuk menunjang dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang sangat beranekaragam, serta unggul dalam pelayanan setelah penjualan (*after sales*) untuk memastikan pelanggannya menerima *service* transportasi terbaik. Produk yang dihasilkan PT INKA telah tersebar dan beroperasi di berbagai negara seperti Bangladesh, Filipina, Malaysia, Thailand, Singapura dan Australia.

Transformasi bisnis yang dilakukan perusahaan mampu memberikan keberhasilan dan mendapatkan solusi terbaik untuk perbaikan transportasi kereta api. Pada tahun baru 2017 PT INKA membawa tema baru “Menjadi Pabrik Kelas Dunia di Tahun 2017” dan “Menuju Pabrik Bebas Debu dengan Menerapkan 5R (Rapi, Resik, Rajin, Rawat, Ringkas).” PT INKA sendiri mempunyai slogan untuk mewujudkan kebersihan di lingkungan kantor dan *workshop*, dimana hal tersebut untuk memotivasi seluruh karyawan PT INKA agar menjaga kebersihan lingkungan kerja. Didalam persaingan global PT INKA memasuki dunia bisnis dengan mengedepankan nilai-nilai integritas, profesional dan kualitas. Dalam menghadapi

tantangan dunia bisnis ke depan yang semakin pesat, PT INKA tidak hanya bergelut dalam produk-produk perkeretapiannya, namun menghasilkan produk lain yang lebih luas yang mampu memberikan dampak ataupun kontribusi terhadap infrastruktur dan sarana transportasi.

PT INKA setiap tahun (sejak diterapkannya GCG pada tahun 2008) telah melakukan penilaian penerapan *Good Corporate Governance* (GCG), dan pada tahun 2013 penilaian dilakukan secara *self assessment* untuk GCG penerapan tahun 2016 dengan hasil pencapaian baik.

3.1.2 Visi dan Misi PT Industri Kereta Api Madiun

a. Visi PT Industri Kereta Api Madiun

Menjadi perusahaan manufaktur sarana kereta api dan transportasi kelas dunia dan perkotaan yang unggul di Indonesia.

b. Misi PT Industri Kereta Api Madiun

Menciptakan solusi terpadu untuk kereta api dan transportasi perkotaan dengan keunggulan kompetitif dalam bisnis dan teknologi sarana perkeretaapian dan transportasi, untuk menguasai pasar domestik dan memenangkan persaingan bisnis di pasar regional, Asia Tenggara, Asia selatan, Asia Tengah, Afrika serta negara berkembang lainnya.

3.1.3 Lokasi PT Industri Kereta Api Madiun

Lokasi PT Industri Kereta Api Madiun terletak di Jalan Yos Sudarso 71 Madiun, Jawa Timur. Pemilihan lokasi di Madiun dipilih berdasarkan hasil studi tahun 1977 yang dilakukan Nippon Sharyo Ltd. Jepang.

3.1.4 Kegiatan Utama di PT Industri Kereta Api Madiun

- a. Pembuatan Kereta api
- b. Jasa perawatan kereta api
- c. Pengembangan produk selain kereta api (diversifikasi)
- d. Perdagangan lokal, ekspor, impor barang dan jasa yang berhubungan dengan perkeretaapian.

3.1.5 Kegiatan Bisnis di PT Industri Kereta Api Madiun

- a. Produksi kereta api
- b. Perniagaan kereta api
- c. Jasa engineering dalam maupun luar negeri
- d. Produk diversifikasi

3.1.6 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan bagian penting dalam perusahaan, dengan adanya struktur organisasi fungsi manajemen secara menyeluruh dapat dijalankan dengan baik. Dengan struktur organisasi yang baik maka tiap individu maupun kelompok dapat mengetahui tugas dan tanggung jawab masing-masing. Gambar struktur organisasi dapat dilihat pada Lampiran 1.

3.1.7 Tugas Dan Wewenang

Dalam mencapai tujuan perusahaan setiap individu harus memahami apa saja yang menjadi tugas dan wewenangnya sehingga organisasi dapat berjalan dengan baik. Rincian tugas dan wewenang lingkup kerja dapat dilihat pada Tabel 3.1:

Tabel 3.1

**Ruang Lingkup Kerja Struktur Organisasi
PT Industri Kereta Api Madiun (Persero)**

No.	Unit Kerja Organisasi	Ruang Lingkup Kerja
1	Direktorat Utama	a. Mengkoordinasi pencapaian visi, visi dan strategi perusahaan; b. Merumushkan kebijakan strategis dan pengendalian perusahaan serta kebijakan di bidang keuangan & SDM, komersial & teknologi, produksi, sekretaris perusahaan, audit internal, dan logistik; c. Membangun citra positif di lingkungan <i>stake holder</i> .
1.1	Divisi Sekretaris Perusahaan	Melakukan fungsi perencanaan, pengorganisasian. Pelaksanaan dan pengendalian terkait dengan aspek <i>Liasison officer</i> , kehumasan, protokoler, kesekretariatan, pengamanan perusahaan, perencanaan perusahaan, Pelaporan dan evaluasi kinerja perusahaan, PKBL dan pengelolaan operasional kantor perwakilan.
1.2	Divisi Audit Internal	Melakukan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian terkait dengan kegiatan internal audit meliputi pengawasan intern bidang manajemen keuangan dan manajemen operasional. Mengevaluasi aktifitas manajemen risiko dan <i>Good Corporate Governance (GCG)</i>

		berdasarkan kebijakan dan peraturan yang berlaku.
1.2.2	Departemen Manajemen Mutu dan K3LH	Kegiatan penjaminan system manajemen mutu dan peningkatan roduktivitas, pengelolaan limbah produksi dan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3).
1.3	Divisi Logistik	Pengadaan material/komponen dan jasa untuk produksi, termasuk kegiata persediaan dan ekspedisi.
2.	Direktur Keuangan dan Sumber Daya Manusia	<p>a. Menetapkan kebijakan umum dan pengendalian perusahaan di bidang pemeliharaan, teknologi informasi, <i>general affairs</i>, keuangan, <i>human capital</i> dan <i>SEU</i> bisnis AC.</p> <p>b. Mengkoordinasi dan memastikan proses bisnis terkait bidang teknologi informasi, <i>general affairs</i>, keuangan, <i>human capital</i> dan SBU bisnis AC berjalan secara efektif.</p>
2.1	Divisi Keuangan	Melakukan fungsi perencanaan, pengendalian terkait kegiatan finansial perusahaan termasuk optimaliasi pemanfaatan fasilitas perpajakan dan kepabeanan. Pencatatan akuntansi dan pengendalian anggaran perusahaan.
2.2	Divisi Human Capital	Melakukan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian terkait dengan kegiatan pengembangan organisasi dan sistem, kesejahteraan SDM dan hubungan industrial dan pengembangan SDM dan diklat.
2.3	Divisi Dukungan Infrastruktur Bisnis	Melakukan fungsi perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian terkait dengan kegiatan teknologi informasi, pemeliharaan asset perusahaan dan <i>general affairs</i> .
3.	Direktorat Teknologi dan Komersial	<p>a. Menetapkan kebijakan umum dan pengendalian perusahaan di bidang pengendalian kualitas dan purna jual, teknologi, pemasaran serta penelitian dan pengembangan produk dan pasar.</p> <p>b. Mengkoordinasi dan memastikan proses bisnis terkait bidang pengendalian kualitas dan purna jual,</p>

		teknologi, pemasaran serta penelitian dan pengembangan produk dan pasar.
3.1	Divisi Pengendalian Kualitas dan Purna Jual	Melakukan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian terkait dengan kegiatan pengendalian kualitas meliputi pemeriksaan barang masuk (<i>incoming</i>), pemeriksaan produk dalam proses pengerjaan (<i>inprocess</i>), pengelolaan proses <i>welding</i> , pengujian final, pengelolaan kegiatan purna jual pada produk yang dihasilkan oleh perusahaan.
3.2	Divisi Pemasaran	Melakukan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian terkait dengan kegiatan pemasaran kereta api, produk pengembangan dan <i>service</i> dan <i>retail</i> . Pengelolaan <i>specialist marketing</i> .
3.2.1	Departemen Administrasi Pemasaran	Kegiatan pemasaran kereta api baik dalam negeri maupun luar negeri yang meliputi aktifitas persiapan dokumen penawaran beserta strategi penetapan harga. Proses pembuatan kontrak. Memelihara hubungan antara perusahaan dengan customer.
3.2.2	<i>Specialist Marketing</i>	Kegiatan strategis, <i>networking</i> dan aktifitas teknis dalam mencari peluang pada pangsa pasar internasional, pemerintah, swasta, BUMN dan upaya pencapaian target pesanan masuk sehingga mendukung strategi perusahaan.
3.3	Divisi Teknologi	Melakukan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian terkait dengan kegiatan teknologi yang meliputi engineering, desain elektrik, desain mekanik dan teknologi produksi pada seluruh produk yang dihasilkan perusahaan serta <i>engineering information management</i> .
4.	Direktur Produksi	a. Menetapkan kebijakan umum dan pengendalian perusahaan terkait bidang perencanaan dan pengendalian produksi, fabrikasi, <i>finishing</i> serta <i>project manager</i> .

		b. Mengkoordinasikan dan memastikan proses bisnis terkait bidang produksi berjalan secara efektif.
4.1	Divisi Perencanaan dan Pengendalian Produksi	Melakukan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian terkait dengan kegiatan perencanaan produksi, pengendalian proses produksi dan pengendalian material, <i>asset</i> dan <i>tool</i> di produksi serta pekerjaan yang <i>disubcont</i> kepada pihak ketiga.
4.2	Divisi Fabrikasi	Melakukan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian terkait dengan kegiatan fabrikasi yang meliputi pengerjaan pelat, permesinan, dan perakitan untuk seluruh produk yang dibuat di produksi.
4.3	Divisi Finishing	Melakukan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian terkait dengan kegiatan finishing produk pengecatan, interior dan instalasi pada seluruh produk yang dihasilkan.
4.4	Project Manager	Kegiatan operasionalnya meliputi: Melaporkan pelaksanaan maupun perkembangan proyek kepada direksi. Mengambil dan memutuskan langkah-langkah taktis untuk kelancaran proyek. Bertanggung jawab atas keseluruhan aktifitas tim.

3.1.8 Logo Perusahaan



Sumber: Data Sekunder PT Indsutri Kereta Api Madiun

Gambar 3.1: Logo PT Industri Kereta Api Madiun

3.2 Data Khusus

3.2.1 Strategi Pemasaran PT INKA

PT INKA menerapkan beberapa cara agar target keuntungan yang ingin diraih dapat tercapai dengan baik dan juga berbagai cara agar nilai perusahaan dapat meningkat dari tahun ke tahun, PT INKA menerapkan strategi bauran pemasaran dalam kegiatan operasionalnya. Penerapan strategi bauran pemasaran dalam kegiatan perusahaan yang meliputi:

3.2.2 Produk

Strategi produk merupakan strategi yang dijalankan oleh suatu perusahaan yang berkaitan dengan produk yang akan dipasarkannya. Strategi produk yang efektif akan menempatkan PT INKA kedalam posisi bersaing yang lebih unggul dibandingkan para pesaing lainnya.

Hal tersebut dapat terjadi karena strategi produk yang efektif dan baik akan dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Oleh karena itu, strategi produk diwajibkan dalam pelaksanaannya dilakukan secara optimal sehingga sesuai dengan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam hal ini PT INKA menerapkan beberapa strategi dalam menghadapi para pesaing, yaitu:

a. Bahan Baku

Bahan baku yang digunakan oleh PT INKA merupakan bahan-bahan pilihan yang berkualitas baik dan berstandart internasional hal ini dilakukan karena PT Industri Kereta Api Madiun (PT INKA) tidak ingin bila nantinya ada klaim dari pembeli tentang produk yang telah diproduksi oleh PT INKA dan hal tersebut yang nantinya dapat merugikan perusahaan.

b. Inovasi Produk

PT INKA menciptakan strategi inovasi produk dengan memperbarui desain produknya dengan varian-varian baru serta PT INKA juga menerima desain baru sesuai dengan permintaan pembeli. Inovasi produk ini dilakukan PT INKA dengan tujuan agar kepuasan konsumen dapat terpenuhi dan juga untuk meningkatkan volume penjualan yang nantinya akan menambah keuntungan yang diperoleh perusahaan.

Adapun beberapa macam inovasi yang telah dilakukan PT INKA yaitu mengenai kecepatan kereta, teknologi yang digunakan, dan juga kereta dengan penggerak sendiri sehingga tidak memerlukan lokomotif, contohnya: kereta prameks dan sejenisnya. Inovasi lainnya yang diberikan PT INKA kepada pembeli adalah bentuk dan ukuran kereta dapat disesuaikan dengan keinginan pembeli. Sehingga konsumen dapat memilih jenis, desain, bentuk dan ukuran kereta sesuai dengan keinginan dan kebutuhan yang mereka inginkan.

c. Jenis Produk dari PT Industri Kereta Api Madiun (PT INKA)

Produk yang dihasilkan oleh PT INKA sangat bervariasi yaitu, lokomotif, gerbong barang, kereta penumpang, kereta berpengerak dan produk-produk lainnya. PT INKA juga melayani pesanan-pesanan dengan *customize* desain sesuai keinginan konsumen. Adapun beberapa produk yang diproduksi oleh PT INKA, antara lain:

1. Lokomotif dan Kereta Berpenggerak
 - a. Lokomotif
 - b. Kereta Rel Diesel Elektrik (KRDE)
 - c. Kereta Diesel (KRD)
 - d. Kereta Rel Listrik (KRL)
2. Kereta Penumpang dan Gerbong
 - a. Kereta ekonomi ac (K3)
 - b. Kereta ekonomi (K3)
 - c. Kereta penumpang kelas eksekutif (K1-Argo)
 - d. Gerbong datar (PPCW)
 - e. Gerbong balas terbuka
3. Produk Lainnya
 - a. Automoted container transporter
 - b. Monorel
 - c. Bus gandeng (*Atc-Articulated Car*)
 - d. Track Motor Car (TMC)
 - e. Monorel-Automated people mover system (Apms)

Jenis produk yang dihasilkan PT INKA terdapat pada Gambar 3.2 sampai dengan 3.16:

a) Lokomotif dan Kereta Berpengerak (Produk Inti)



Sumber Gambar: PT Industri Kereta Api Madiun

Gambar 3.2: Kereta Kedinasan dan Kereta Inspeksi.



Sumber Gambar: PT Industri Kereta Api Madiun

Gambar 3.3: Lokomotif Diesel Hidrolic (Cc300).



Sumber Gambar: PT Industri Kereta Api Madiun

Gambar 3.4: Kereta Rel Diesel (KRD) Indonesia.



Sumber Gambar: PT Industri Kereta Api Madiun

Gambar 3.5: Kereta Rel Diesel Elektrik (KRL).



Sumber Gambar: PT Industri Kereta Api Madiun

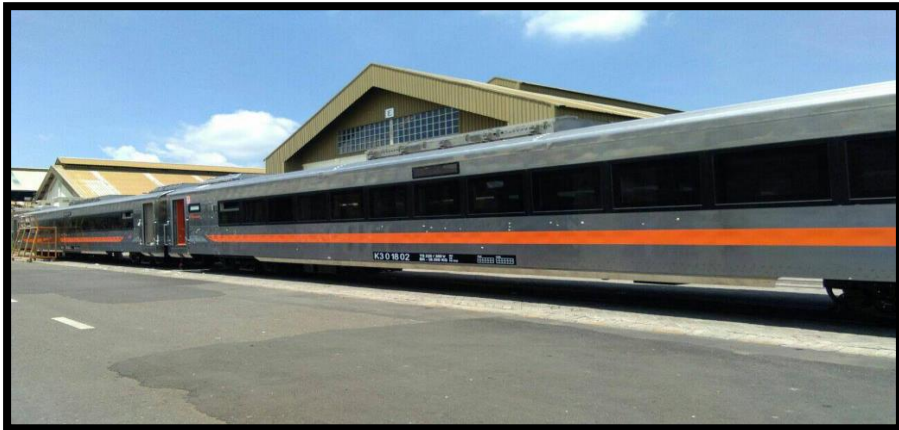
Gambar 3.6: Kereta Ukur.

b) Kereta Gerbong



Sumber Gambar: PT Industri Kereta Api Madiun

Gambar 3.7: Kereta Penumpang Ekonomi.



Sumber Gambar: PT Industri Kereta Api Madiun

Gambar 3.8: Kereta Penumpang Premium Baru Atau Eksekutif.



Sumber Gambar: PT Industri Kereta Api Madiun

Gambar 3.9: Gerbong Balas Terbuka.



Sumber Gambar: PT Industri Kereta Api Madiun

Gambar 3.10: Gerbong Datar.



Sumber Gambar: PT Industri Kereta Api Madiun

Gambar 3.11: Gerbong Barang.

c) Produk Lainnya (*Other Product*)



Sumber Gambar: PT Industri Kereta Api Madiun

Gambar 3.12: Automated Container Transporter.



Sumber Gambar: PT Industri Kereta Api Madiun

Gambar 3.13: Monorel.



Sumber Gambar: PT Industri Kereta Api Madiun

Gambar 3.14: Apms-Monorel Bandara.



Sumber Gambar: PT Industri Kereta Api Madiun

Gambar 3.15: Busway Gandeng.



Sumber Gambar: PT Industri Kereta Api Madiun

Gambar 3.16: Track Motor Car (TMC)

3.2.3 Harga

Harga jual merupakan sejumlah biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk dapat memproduksi suatu barang maupun jasa ditambah dengan presentase laba atau keuntungan yang diinginkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, untuk mencapai laba yang diinginkan maka salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk setiap produknya.

a. Tujuan Penetapan Harga

Dalam menetapkan harga jual PT INKA berharap harga yang diberikan dapat terjangkau oleh pembeli. Dalam hal ini penetapan harga dilakukan agar produk yang dihasilkan oleh PT INKA dapat diterima oleh konsumen. Harga jual yang diterapkan PT INKA dipengaruhi dari jumlah biaya pengeluaran bahan baku dan biaya produksi. Dalam menetapkan harga jual produknya PT INKA memiliki tujuan yaitu untuk mencegah adanya pesaing lainnya yang ikut masuk dalam persaingan serta mempertahankan loyalitas konsumen untuk menggunakan ulang produk dari PT INKA.

b. Faktor yang Memengaruhi Penetapan Harga

Penetapan harga jual yang dilakukan oleh PT INKA dipengaruhi beberapa faktor yaitu juga jenis kereta atau gerbong yang akan dipesan oleh pembeli, kondisi ekonomi, politik serta sosial suatu negara atau negara yang akan menjadi tujuan ekspor nantinya. Semakin tinggi tingkat kerumitan desain dan teknologi kereta api yang diminta maka semakin tinggi juga harga kereta atau gerbong tersebut.

c. Metode Penetapan Harga

Dalam menetapkan harga jual produknya, PT INKA juga melihat harga yang ada di pasar internasional agar harga yang dipatok tidak terlalu tinggi sehingga perusahaan mendapat tempat di mata konsumen, selain itu PT INKA dalam menetapkan harga jual produknya PT INKA memperhitungkan berapa biaya pengeluaran bahan baku dan biaya produksinya, PT INKA sendiri menjadi *follower* soal penetapan harga dengan cara melihat *history* harga kereta yang pernah dibuat oleh pesaing dan *history* harga kereta dari para pesaing, jika harga pesaing telah diketahui maka PT INKA akan mematok harga lebih rendah daripada pesaing sehingga pembeli lebih tertarik untuk membeli produk dari PT INKA.

Dalam sebuah proyek, PT INKA dalam menetapkan harga sebelum memasuki fase penawaran, bagian pemasaran terlebih dahulu menyusun perkiraan harga yang akan dibahas dengan tim evaluasi harga. Tim evaluasi harga yang merupakan jajaran pimpinan unit terkait yang telah ditetapkan dalam surat keputusan Direksi.

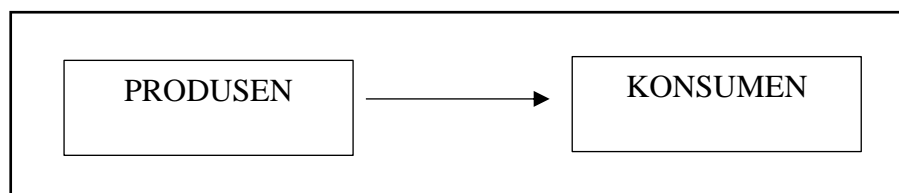
Penyusunan harga sesuai dengan surat keputusan dan surat edaran yang terkait dengan mekanisme penyusunan harga yang di dalamnya termasuk, mempertimbangkan target *Contribution Margin* (CM) sebesar 27%, harga pasar dan harga pesaing. Seluruh anggaran atau biaya yang diestimasi akan timbul sebelum, selama dan sesudah proses produksi diperhitungkan dalam harga jual kereta. Dalam negosiasi penetapan harga, umumnya pihak konsumen mengajukan penurunan harga. Biasanya pemasaran berusaha menetapkan harga

batas atas dengan kualitas yang disesuaikan namun masih dalam standar yang wajar agar kualitas *output* produk tetap terjaga dengan baik.

Untuk berbagai jenis lokomotif yang diproduksi oleh PT INKA rata-rata harga yang diberikan antara Rp33.000.000.000 – Rp42.000.000.000 per unit yang dimana harga tersebut sudah diperkirakan dibawah harga para pesaing sejenisnya tetapi memiliki kualitas yang sama dengan para pesaing contohnya : lokomotif Cc 204 , lokomotif DH Cc300, GT38 AC, dan sebagainya. Sedangkan harga rata-rata dari kereta penumpang ekonomi dan eksekutif berkisar antara Rp2.500.000.000 – Rp5.000.000.000 Per unitnya.

3.2.4 Distribusi

Saluran distribusi merupakan kegiatan yang sangat utama dalam perdagangan, distribusi merupakan kegiatan penyaluran produk dari produsen ke konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. PT INKA menggunakan saluran distribusi dalam kegiatan memasarkan produknya, agar sampai kepada pembeli secara tepat dan cepat dalam memasarkan produknya di pasar lokal maupun pasar internasional (ekspor).



Gambar 3.17: Saluran Distribusi PT INKA.

PT INKA menggunakan satu metode saluran distribusi, saluran distribusi yang digunakan oleh PT INKA adalah saluran distribusi langsung tanpa melalui broker/perantara sehingga tidak memakan biaya yang terlalu banyak nantinya. Dengan menggunakan saluran distribusi langsung konsumen dapat berinteraksi dengan produsen secara langsung sehingga meminimalisir terjadinya kesalahan komunikasi antara produsen dan konsumen.

3.2.5 Promosi

Kegiatan promosi merupakan salah satu aspek penting bagi setiap perusahaan, terlebih dengan persaingan di dunia bisnis yang semakin tajam diantara perusahaan-perusahaan yang berlomba dalam merebut konsumen. Promosi merupakan kegiatan dibidang pemasaran yang merupakan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan kepada konsumen/pembeli yang memuat pemberitaan, memengaruhi, membujuk segala sesuatu mengenai barang maupun jasa yang ditujukan kepada konsumen. Promosi dilakukan agar konsumen mengenal lebih jauh produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan.

Tujuan dari promosi adalah untuk memengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan untuk membeli/menggunakan suatu barang atau jasa sehingga volume penjualan perusahaan akan meningkat. Efektifnya sebuah promosi tergantung dari bentuk pemilihan promosinya terhadap produk yang akan dipasarkan. Beberapa jenis produk tertentu memerlukan bentuk promosi tertentu pula dan jenis produk lain juga memiliki strategi promosinya masing-masing.

Berikut adalah beberapa strategi promosi yang digunakan oleh PT Industri Kereta Api Madiun sebagai strategi promosinya:

1. *Internet/Website*

Majunya media internet membuat website saat ini sangat diminati oleh masyarakat dalam mempromosikan bisnisnya, perkembangan teknologi membuat segalanya menjadi lebih mudah termasuk dalam dunia bisnis. Media internet merupakan media yang sangat efektif dan efisien dalam mempromosikan produk, disamping untuk memangkas biaya pengeluaran dengan menggunakan media internet perusahaan dapat dengan cepat dan mudah memperkenalkan produknya kepada para konsumen secara luas. PT INKA menggunakan media *website* dimana perusahaan memajang berbagai produk mereka agar para konsumen dapat mengenal produk mereka dengan baik. Selain itu PT INKA juga menggunakan media *e-mail*, manfaat yang didapat dari penggunaan *e-mail* yaitu (tawaran produk) lebih cepat sampai ke tangan *buyer* biaya yang relatif murah dan sebagai wadah keluhan *buyer* ketika tidak puas terhadap produk dari perusahaan.

2. *Personal Selling*

Kegiatan *personal selling* merupakan salah satu strategi promosi dalam bauran pemasaran, yang dimana PT INKA menerapkan kegiatan *personal selling* dalam usaha promosinya, dengan bertatap muka dengan calon pembeli PT INKA dapat lebih mudah memperkenalkan dan menarik minat konsumen terhadap produk yang dihasilkannya. Dengan menggunakan metode yang bersifat interaktif atau komunikasi dua arah PT INKA dapat

langsung memperoleh tanggapan sebagai umpan balik mengenai keinginan dan pendapat konsumen mengenai produk mereka. Sehingga dapat tercipta terjadinya transaksi pembelian yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.

3. Mengikuti Pameran / *Event* Industri

PT INKA mengikuti berbagai *event*/pameran yang diadakan di dalam maupun luar negeri. Dengan mengikuti *event* tersebut PT INKA dapat mengenalkan produk baru mereka kepada masyarakat luas. Selain produk baru, pameran digunakan PT INKA dalam mengenalkan produk lamanya yang sudah diberi inovasi terbaru, sehingga para calon pembeli mengetahui adanya pembaharuan produk yang sudah dilakukan oleh perusahaan. Kegiatan berbagai acara pameran yang diikuti PT INKA dapat dilihat pada Gambar 3.18:



Sumber Gambar: Data Sekunder PT INKA

Gambar 3.18: Kegiatan Pameran PT INKA.

Dengan adanya *event* pameran tersebut maka produk dari PT INKA akan semakin lebih dikenal oleh konsumen secara luas. Walaupun biaya yang dibutuhkan cukup besar melalui promosi ini PT INKA dapat mengenalkan produknya lebih dekat kepada para konsumen. Hal ini juga dijadikan kesempatan bagi PT INKA untuk melakukan survei pasar, dengan melihat seberapa besar minat konsumen terhadap produk dari PT INKA dan hasil dari pameran tersebut dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk menentukan strategi bisnis ke depannya.

Produk yang dihasilkan PT INKA sudah dipasarkan di pasar lokal maupun pasar luar negeri, di dalam negeri PT INKA sudah menjual produknya ke PT Kereta Api Indonesia (PT KAI), bandara Soekarno-Hatta (Monorel bandara-apms), monorel bandara Palembang (LRT) dan juga pihak swasta dan sebagainya. Selain itu PT INKA juga telah mengekspor produknya ke berbagai negara di antaranya, Filipina, Bangladesh, Sudan, Thailand, Singapore, dan sebagainya. Dalam mengekspor produknya PT INKA memiliki banyak pertimbangan antara lain, seperti kondisi politik negara tersebut, kondisi ekonomi saat ini dari negara yang akan menjadi tujuan dan keamanan menuju negara tujuan ekspor.

Bauran pemasaran yang diterapkan PT INKA yang mencakup (produk, harga, distribusi, dan promosi) mempunyai dampak terhadap volume penjualan produk PT INKA, volume penjualan PT INKA periode tahun (2015-2017) dapat dilihat pada Tabel 3.2:

Tabel 3.2

**Volume Penjualan PT Industri Kereta Api Madiun
Tahun 2015-2017**

Nama Proyek	Jumlah Unit	Pelanggan	Tahun penandatanganan
Pengadaan trainset passenger coaches Bangladesh BG + NG Tahap 1	50 Unit BG + 150 Unit NG	Bangladesh	15 Februari 2015
Pengadaan unit flat wagon	10 unit	Indonesia <i>ministry of transportation</i>	13 Maret 2015
Pengadaan unit open wagon + inspection car + VIP Car	10 unit wagon + 1 VIP + 1 inspection Car	Indonesia <i>ministry of transportation</i>	27 Maret 2015
Pengadaan unit flat wagon dan open wagon untuk sumatera	20 unit	Indonesia <i>ministry of transportation</i>	18 Mei 2015
Pengadaan unit inspeksi Lori	5 unit	Indonesia <i>ministry of transportation</i>	8 Juni 2015
Pengadaan trainset eksekutif class passenger coaches	4 Unit trainset	PT KAI	13 Agustus 2015

Pengadaan 5 trainset kereta K3 AC	5 Unit	PT KAI Pusat	25 April 2016
Pengadaan Kereta Inspeksi 1 set Lebar spoor 1435 MM	2 Unit	Kemenhub	22 April 2016
Pengadaan 5 trainset Kereta K1AC	5 unit	PT KAI Pusat	13 Mei 2016
Pengadaan Trainset Light rail transit (LRT) Palembang	8 unit	PT KAI	21 Desember 2016
Pengadaan transet Kereta EkonomiAC (SF 8 K3 + 2 K3 Difable + 1 MP3)	6 Unit	PT KAI	29 Desember 2016
Pengadaan Kereta Penolong pendukung Untuk Sumut	1 set	Kemenhub	20 Februari 2017
Pengadaan gerbong pendukung peralatan berat	3 Unit	Kemenhub	20 Februari 2017
Addendum perjanjian pengadaan	50 BG + 200 MG Unit	Bangladesh	15 Maret 2015

Passenger coaches dan pengiriman Bangladesh tahap 2			
Pengadaan kereta ukur uji dinamis	1 Unit	Kemenhub	31 Maret 2017
Pengadaan investasi 438 kereta unit kereta TA.2017	40 Unit	PT KAI	9 Mei 2017

Penjualan unit kereta dan lokomotif di PT INKA dari tahun ke tahun selalu mengalami kenaikan, hal ini menunjukkan kualitas dan kinerja yang baik yang dimiliki oleh PT INKA sebagai produsen kereta api dalam negeri, dalam 5 tahun terakhir pertumbuhan rata-rata penjualan PT INKA mencapai 22% dan ditahun 2017 PT INKA dapat meraih pendapatan sebesar Rp2,7 trilyun atau meningkat 37% dibandingkan tahun sebelumnya.

PT INKA juga mendapatkan kepercayaan dari Pemerintah untuk menjadi besar, untuk menguasai pasar perkeretaapian di Asia Tenggara, Asia Selatan, Asia Tengah dan Afrika. Tahun 2017 saja ada total hampir 450 kereta yang terdiri dari KRL, KRDE, K1, dan K3 harus diselesaikan PT INKA. Dalam 5 tahun terakhir total *asset* terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, dimana *asset* ditahun 2017 mencapai Rp6,04 trilyun. Peningkatan tersebut dikarenakan PT INKA dipercaya mengerjakan beberapa proyek besar baik dalam negeri maupun proyek luar negeri.