

## BAB III

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 3.1. Sejarah Singkat Perusahaan

Akhir tahun 1961 lima sekawan, yaitu : Haji Muhammad Hoesin Alhamid, Drs. Wim Kalona Apt, Nehemia Pesik, Drs. Gouw Soen Hok Apt, dan Drs. Estefanus Looho Apt. telah sepakat untuk mendirikan pabrik farmasi di Surabaya. Tekad ini terwujud dengan berdirinya PT. General Indonesian Producing Centre di jalan Karet 80-86 Surabaya dan disahkan oleh Notaris Oe Siang Djie pada tanggal 30 April 1962. PT. GIPC ini pada bulan Juni 1962 diperluas dengan ikut sertanya Dr. Tio Tiong Hoo (Alm.) yang khusus menangani pembuatan kosmetik.

Dua tahun kemudian (13 Juni 1964) nama perusahaan diganti menjadi PT. Vitapharm. Nama Vita diambil dari kata "Vitamin" karena pada mulanya yang menjadi produk utama adalah obat-obatan, sedangkan kosmetik Viva saat itu masih merupakan produk sampingan.

Makin lama perusahaan makin besar dan berkembang. Modal yang dimiliki makin bertambah. Tetapi pada tahun 1966, akibat kebijaksanaan pemerintah di bidang moneter yaitu pemotongan seribu rupiah menjadi satu rupiah, modal perusahaan menyusut. Walaupun demikian produksi terus meningkat, pemasaran berkembang dan prioritas mulai bergeser. Kosmetik menjadi produk utama.

Seiring dengan perkembangan jaman dan masyarakat, PT. Vitapharm merasa perlu mengembangkan diri. Oleh karena itu dibangunlah pabrik baru di lahan seluas 4,8 ha di kawasan Industri Panjang Jiwo Rungkut - Surabaya. Disamping itu perusahaan juga menambah mesin-mesin dan peralatan-peralatan baru. Jumlah tenaga kerja juga meningkat cukup tinggi. Pemindahan dari pabrik lama ke pabrik baru ini mulai berlangsung sejak bulan Juni 1974. Pada tanggal 24 Juli 1975, Bapak M. Yusuf yang saat itu menjabat sebagai Menteri Perindustrian RI bersama Bapak R.P. Mohammad Noer yang waktu itu sebagai Gubernur K.D.H. Tingkat I Jawa Timur berkenan meresmikan pabrik baru tersebut.

Tahun 1975, range produk yang dihasilkan bertambah banyak, jumlahnya mencapai 80 macam produk dan meliputi lebih dari 200 nama barang (item).

Berbagai tantangan seperti kebijaksanaan moneter pemerintah tahun 1966, keputusan pemerintah dibidang moneter tanggal 15 November 1978 yang dikenal dengan Knop 15, devaluasi 12 September 1986 memang benar-benar terasa berat bagi perusahaan, tetapi berkat lindungan Tuhan Yang Maha Esa, Viva Cosmetics tetap maju dan terus maju sepanjang masa.

### 3.2. Struktur Organisasi Perusahaan

Untuk mendukung tercapainya tujuan perusahaan maka ditetapkan suatu kebijaksanaan dalam struktur organisasi sebagai berikut :

1. Adanya pembagian tugas yang jelas dalam hirarki organisasi mulai dari tingkat pimpinan tertinggi sampai tingkat karyawan yang terendah.
2. Adanya pelimpahan wewenang pada bawahan dengan tujuan memberikan dorongan kerja yang bertanggung jawab.

Bagan struktur organisasi dapat dilihat pada lampiran 1.

Pembagian tugas dan wewenang :

1. Rapat Umum Pemegang Saham

Merupakan kekuasaan yang tertinggi dalam perusahaan.

2. Dewan Komisaris

- Mengawasi direksi dalam melaksanakan kegiatan operasional perusahaan.
- Berwenang meminta penjelasan tentang keadaan perusahaan.

3. Direksi

- Merumuskan dan menetapkan kebijaksanaan operasional untuk mencapai sasaran perusahaan.
- Mengkoordinir dan mengendalikan kegiatan operasional perusahaan.
- Aktif mencari data dan informasi baik intern maupun ekstern.

- Mengevaluasi kegiatan kerja kepala bagian.
- Melakukan perubahan perencanaan perusahaan apabila dipandang perlu.

#### 4. Biro Direksi

- Bertanggung jawab pada direksi atas pelaksanaan tugasnya.
- Mengatur dan mengawasi segala aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan surat masuk maupun keluar, telex, telepon serta dokumen perusahaan.
- Mempersiapkan rapat yang akan diadakan perusahaan dan menyusun hasil rapat.

#### 5. Kepala Bagian Pemasaran

Melaksanakan kebijaksanaan pemasaran yang sudah ditetapkan perusahaan.

#### 6. Kepala Bagian Pengadaan

Bertanggung jawab atas pengadaan bahan baku dan bahan penolong yang diperlukan dalam pembuatan kosmetik.

#### 7. Kepala Bagian Perencanaan dan Pengawasan Produksi

- Menyusun rencana produksi.
- Membuat daftar bahan baku yang diperlukan dan mengawasi bahan baku yang masuk.
- Menyelenggarakan administrasi produksi.

#### 8. Kepala Bagian Produksi

- Bertanggung jawab atas kontinuitas jalannya produksi.

- Mengusahakan peralatan-peralatan produksi serta suku cadangnya.

#### 9. Kepala Bagian Laboratorium

- Memeriksa bahan baku dan bahan penolong yang diperlukan dalam pembuatan kosmetik.
- Mengontrol pelaksanaan produksi agar mutu produk yang dihasilkan dapat terjamin.
- Mencari ide-ide baru serta mencoba resep baru melalui berbagai test percobaan.
- Memeriksa hasil akhir produk.

#### 10. Kepala Bagian Umum dan Personalia

- Mencari, memilih, melatih dan menempatkan karyawan sesuai dengan pengalaman dan pendidikannya.
- Menyusun kebijaksanaan perusahaan dalam proses recruitment, sistem penggajian, promosi, pemberhentian karyawan serta hal-hal lain yang menyangkut kesejahteraan karyawan.

#### 11. Kepala Bagian Akuntansi

- Menyelenggarakan sistem akuntansi yang sesuai dengan prinsip-prinsip akuntansi.
- Mengawasi pekerjaan bawahan dengan mekanisme internal kontrol.
- Melakukan stock opname persediaan.

#### 12. Kepala Bagian Keuangan

- Mengatur semua masalah yang berhubungan dengan

kelancaran penyediaan dan penggunaan keuangan perusahaan.

- Menyajikan laporan keuangan secara periodik, akurat dan tepat waktu sesuai kebutuhan perusahaan.
- Mengendalikan anggaran sesuai dengan yang direncanakan perusahaan.

### **3.3. Proses Produksi**

#### **3.3.1. Bahan Yang Digunakan**

Bahan-bahan yang digunakan untuk pembuatan kosmetik antara lain :

Bahan baku utama, terdiri dari :

- Bahan kimia
- Zat warna
- Perfume
- Active agents

Bahan pelengkap (untuk pembuatan kemasan kosmetik), terdiri dari :

- Plastik (botol, segel penutup)
- Botol kaca
- Melamine
- Etiket
- Carton box

### 3.3.2. Hasil Produksi

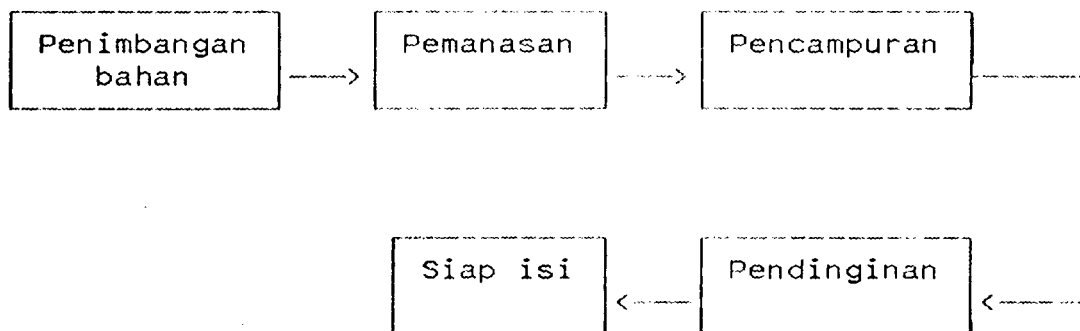
Produksi dari kosmetik Viva berbentuk :

- Cream
- Cairan
- Bedak
- Emulsi

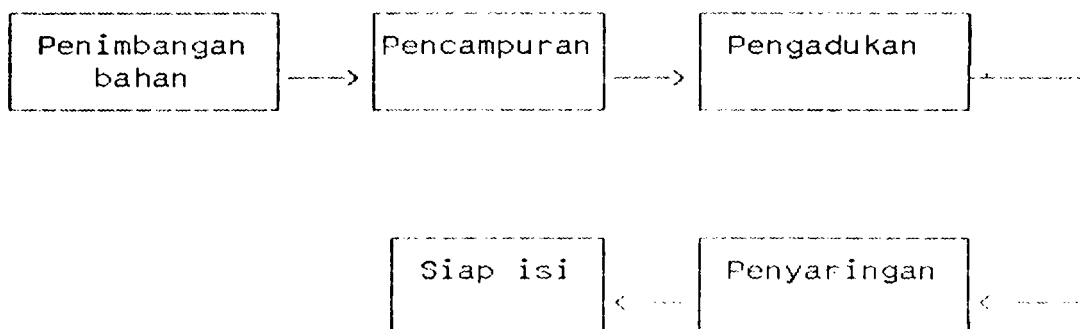
### 3.3.3. Proses Produksi

a. Bagan Proses Produksi

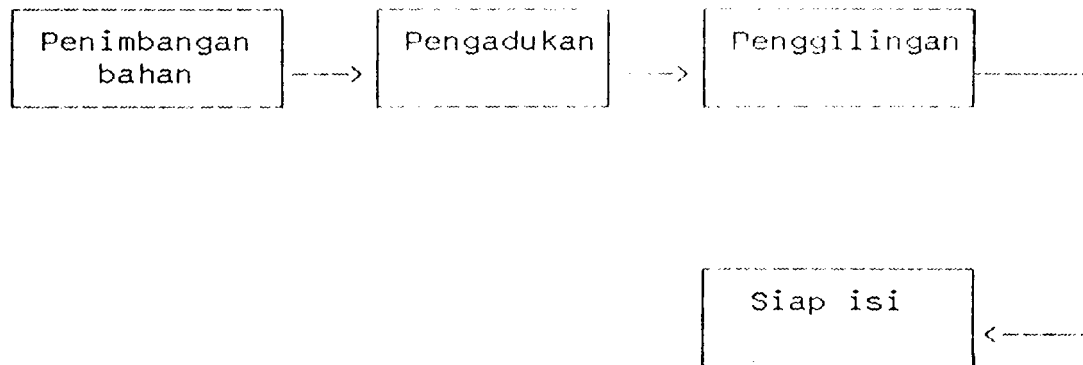
Cream



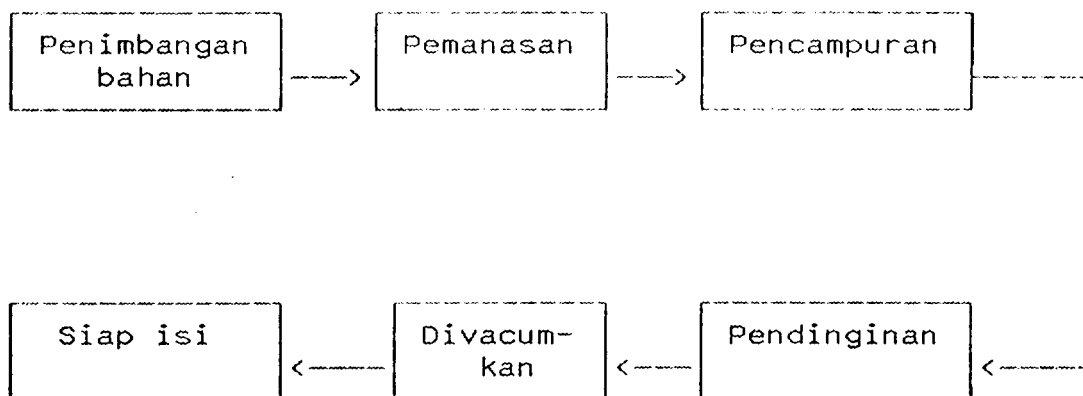
Cairan



## Bedak



## Emulsi



## (b). Keterangan proses produksi

## Bagian Laboratorium :

Di dalam laboratorium, bahan baku kosmetik mula-mula diperiksa secara kimia. Apabila bahan baku itu sudah memenuhi persyaratan yang ditentukan maka bahan baku tersebut akan disimpan di gudang penyimpanan bahan baku.

**Bagian Penimbangan Bahan :**

Bahan-bahan yang diperlukan dalam proses pembuatan kosmetik, ditimbang menurut resep laboratorium.

**Bagian Pemanasan :**

Setelah bahan-bahan tersebut ditimbang, selanjutnya dimasukkan ke dalam tangki untuk dimasak.

**Bagian Pencampuran :**

Pada temperatur tertentu, bahan kosmetik yang dimasak itu diberi zat pewarna dan perfume serta bahan lainnya. Bahan-bahan tersebut kemudian diaduk dengan mesin pengaduk (mixer) sampai rata. Pengolahan bahan kosmetik ini berlangsung kira-kira 3-4 jam. Setelah itu campuran bahan kosmetik dipindahkan ke dalam tangki lain untuk didinginkan.

**Bagian Pengisian :**

Dari tangki penyimpanan, produk kosmetik dialirkan melalui pipa-pipa ke mesin pengisi. Kemudian dimasukkan ke dalam botol plastik, botol kaca, melamine atau kemasan yang lain.

**Bagian Labeling :**

Setelah produk kosmetik dimasukkan ke dalam botol atau melamine, pada bagian luarnya akan diberi label kemudian disegel dengan plastik dan terakhir diberi tutup yang sesuai.

**Bagian Pengepakan :**

Produk kosmetik yang telah dikemas, dimasukkan ke dalam kotak-kotak besar (carton box) dan dikirim ke gudang barang jadi.

**3.4. Kebijaksanaan Pemasaran Yang Dijalankan Perusahaan**

Kebijaksanaan pemasaran dari PT. Vitapharm - Viva Cosmetics meliputi :

- Kebijakan produk
- Kebijakan harga
- Kebijakan promosi
- Kebijakan distribusi
- Kebijakan kemasan

dimana penulis akan menguraikan masing-masing kebijakan secara singkat dan jelas.

**3.4.1. Kebijakan produk**

Untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan produk-produk kosmetik, PT. Vitapharm - Viva Cosmetics memproduksi berbagai jenis kosmetik, antara lain :

**1. Pembersih kulit wajah**

- Meliputi :
- Cleansing Cream
  - Milk Cleanser
  - Cucumber Cream
  - Cucumber Milk Cleanser

- Milk Cleanser Deluxe
- Milk Cleanser Man Only

## 2. Lotion pembersih kulit wajah

- Meliputi :
- Face Tonic (tonic untuk muka)
  - Astringent (peringkas pori)
  - Skin Refreshener (penyegar kulit)
  - Lemon Skin Tonic

## 3. Perawatan lengkap kulit wajah

- Meliputi :
- Face Mask
  - Massage Cream
  - Air Mawar
  - Acne Lotion

## 4. Cream pelembab

- Meliputi :
- Moist Cream (cream untuk siang hari)
  - Under Make Up

## 5. Alas bedak

- Meliputi :
- Liquid Foundation
  - Ultra Foundation
  - Sunscreen Foundation
  - Ultramat (cream foundation)
  - Cake Make Up (alas bedak padat)

## 6. Bedak

- Meliputi :
- Compact Powder
  - Face Powder Deluxe
  - Face Powder Satin Smooth

#### 7. Decorative make up

- meliputi :
- Eye brow pencil
  - Eye shadow
  - Lipgloss
  - Lipstick
  - Pemerah pipi

#### 8. Perawatan kulit tubuh

- Meliputi :
- Hand and body lotion
  - Sunscreen lotion
  - Foam bath
  - Lulur
  - No odor stick
  - Moskitan (obat gosok anti nyamuk)

#### 9. Perawatan rambut

- Meliputi :
- Hair tonic
  - Hair oil
  - Orang-arang
  - Shampoo
  - Hair conditioner

#### 10. Perfume

- Meliputi : - Melati Perfume Lotion Deluxe

Produk-produk best sellers :

Diantara bermacam-macam produk kosmetik diatas, yang diandalkan perusahaan untuk mencapai best sellers adalah produk skin care yang meliputi :

- Face Tonic
- Milk Clenaser
- Cucumber Milk Cleanser
- Astringent

#### **3.4.2. Kebijakan Harga**

Dalam menetapkan kebijaksanaan harga, PT. Vitapharm - Viva Cosmetics memperhatikan faktor-faktor intern dan ekstern. Yang dimaksud faktor intern adalah faktor yang ada di dalam perusahaan yang mempengaruhi tinggi rendahnya harga jual misalnya biaya bahan, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik. Sedangkan faktor ekstern adalah faktor di luar perusahaan seperti harga jual produk pesaing, ketentuan pemerintah dan tingkat pendapatan pasar sasaran.

#### **3.4.3. Kebijakan Promosi**

Untuk mendukung keberhasilan penjualan produk-produk kosmetiknya, perusahaan melakukan berbagai kegiatan promosi sebagai berikut :

1. Pemasangan papan reklame, pemasangan ini dilakukan di tempat-tempat yang strategis dan di toko-toko pengecer.
2. Pemasangan iklan di media cetak (majalah dan surat kabar) dan media elektronik (televisi dan radio).

3. Mengikuti pameran dagang seperti : Taman Remaja Fair, Jakarta Fair dan sebagainya.
4. Mengadakan undian-undian berhadiah.
5. Mengikuti lomba-lomba kecantikan dimana PT. Vitapharm-Viva Cosmetics menjadi sponsor dan menyediakan produk-produk mereka untuk tata rias wajah peserta yang mengikuti lomba.

#### **3.4.4. Kebijakan Distribusi**

Untuk menyalurkan hasil produksinya sampai ke pihak konsumen, PT. Vitapharm - Viva Cosmetics telah memilih dan menetapkan 4 distributor sebagai perantara mereka. Para distributor itu adalah :

##### **1. PT. Moga Jaya**

Berkedudukan di Surabaya, merupakan distributor Viva Cosmetics dengan daerah pemasaran yang meliputi :

- Propinsi Jawa Timur
- Propinsi Jawa Tengah
- Propinsi Bali
- Propinsi Nusa Tenggara Barat
- Propinsi Nusa Tenggara Timur
- Propinsi Kalimantan Selatan
- Propinsi Kalimantan Timur
- Propinsi Kalimantan Tengah
- Propinsi Irian Jaya

## **2. PT. Panti Kosmetika Baru**

Berkedudukan di Bukit Tinggi dan mempunyai cabang di Jakarta, merupakan distributor Viva Cosmetics dengan daerah pemasaran meliputi :

- D.K.I Jakarta
- Propinsi Jawa Barat
- Propinsi Kalimantan Barat
- Pulau Sumatera

## **3. PT. Sardid**

Berkedudukan di Ujung Pandang, merupakan distributor Viva Cosmetics dengan daerah pemasaran :

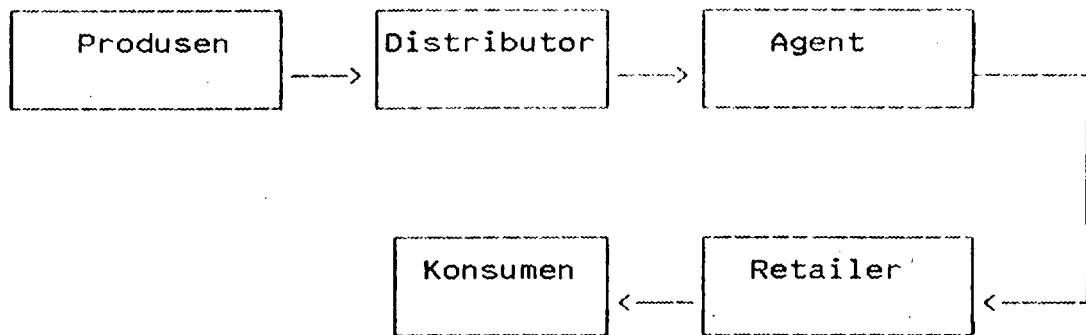
- Propinsi Sulawesi Selatan
- Propinsi Sulawesi Tenggara

## **4. UD. Tri Murni**

Berkedudukan di Manado, dengan daerah pemasaran meliputi :

- Propinsi Sulawesi Utara
- Propinsi Sulawesi Tengah
- Propinsi Maluku Barat

Saluran distribusi yang digunakan oleh PT. Vitapharm - Viva Cosmetics dapat digambarkan sebagai berikut :



#### 3.4.5. Kebijakan Kemasan

Mengenai kemasan produk, PT. Vitapharm - Viva Cosmetics telah menetapkan suatu kebijaksanaan bahwa produk-produk yang tergolong dalam satu serie, misalnya produk Skin Care (Milk Cleanser, Face Tonic, Cucumber Milk Cleanser dan Astringent) kemasannya dibuat sama. Untuk perancangan kemasan serta etiketnya, perusahaan mempercayakan pada Departemen Research and Development. Sedangkan pembuatan kemasan (botol plastik, kaca, melamine maupun kemasan yang lain) sebagian dibuat sendiri oleh perusahaan, sebagian lagi dibeli dari perusahaan lain. Kemasan yang dibuat sendiri oleh perusahaan adalah GP 100 (botol pipih). Ada dua alasan mengapa sebagian kemasan dibuat sendiri dan sebagian lagi dibeli. Pertama, keterbatasan mesin dan peralatan yang dimiliki oleh perusahaan sehingga tidak memungkinkan perusahaan membuat seluruhnya. Kedua, apabila perusahaan membeli semua kemasan dari perusahaan lain, akan menimbulkan tingkat ketergantungan yang tinggi dan

kestabilan atau kontinuitas supply kemasan kurang terjamin.

Kebijaksanaan lain yang diterapkan sehubungan dengan masalah kemasan yaitu perusahaan telah beberapa kali melakukan penggantian kemasan. Alasan penggantian ini terutama karena kemasan yang dipakai banyak ditiru orang. Penggantian kemasan biasanya tidak dilakukan sekaligus untuk semua produk melainkan secara bertahap (jenis per jenis). Untuk kemasan produk-produk Skin Care, sampai saat ini sudah dilakukan dua kali penggantian kemasan sejak produk Skin Care diproduksi (tahun 1962) yaitu tahun 1970 dan tahun 1988 yang tetap dipakai sampai sekarang. Disamping itu perusahaan juga telah tiga kali memodifikasi etiketnya.

### 3.5. Data Volume Penjualan Produk Skin Care Viva Cosmetics

**Tabel 3.1.**

Tahun	Dalam Rupiah	Dalam Unit
1987	Rp. 6.045.000.000,00	15.113.000
1988	Rp. 7.755.000.000,00	16.012.000
1989	Rp. 7.907.078.000,00	16.326.000
1990	Rp. 7.846.537.000,00	16.201.000
1991	Rp. 7.547.709.000,00	15.584.000
1992	Rp. 7.317.655.000,00	15.109.000

( Sumber : Intern Perusahaan )

Lanjutan Tabel 3.1.

Tahun	Target Penjualan ( dalam unit )	Realisasi Penjualan ( dalam unit )
1987	15.000.000	15.113.000
1988	16.000.000	16.012.000
1989	16.000.000	16.326.000
1990	17.000.000	16.201.000
1991	17.000.000	15.584.000
1992	17.000.000	15.109.000

( Sumber : Intern Perusahaan )