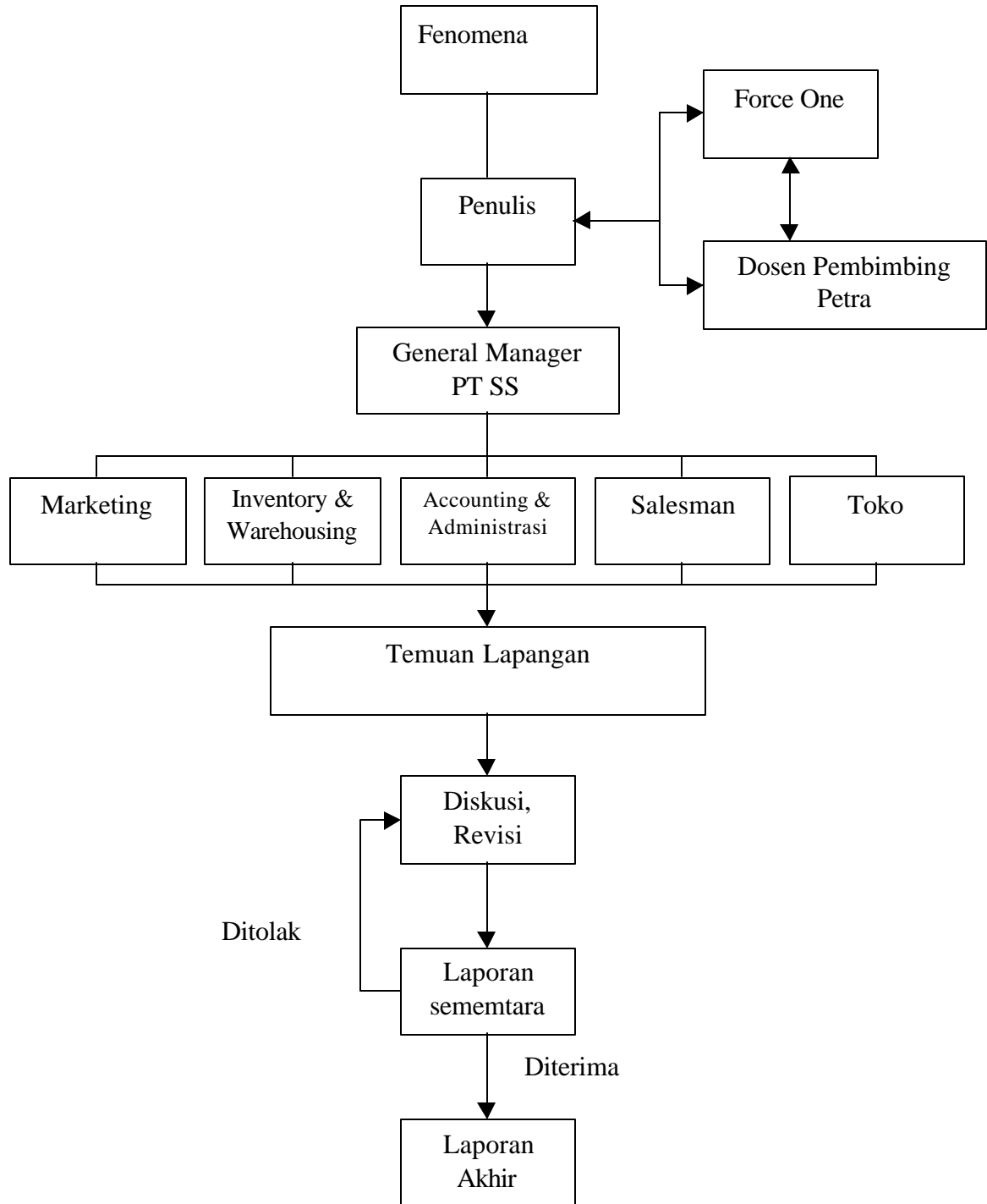


## 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Bagan, Sistem, dan Prosedur Kerja



#### Gambar 4.1: BaganProsedur kerja pendampingan di PT SS

Penjelasan dari gambar 4.1 adalah penulis menemui suatu fenomena yang terjadi dalam perusahaan dan pasar lalu mendiskusikan dengan Force One dan pembimbing petra, apakah fonomena yang ada itu dapat dibuat suatu penyelesaiannya. Setelah disetujui, penulis datang ke PT SS dan berinteraksi dengan GM PT SS untuk menyampaikan keinginan pendampingan dan menggali data, selanjutnya GM akan menginstruksikan bagian Marketing, Inventory, *accounting* dan *Sales* untuk melakukan pendampingan. Selain itu penulis juga akan berinteraksi dengan toko atau pelanggan. Dari kegiatan pendampingan tersebut penulis mendapatkan data seputar kegiatan penjualan yang telah dilakukan oleh PT SS. Dari data yang telah didapatkan itu, penulis mengolahnya sehingga dapat memberikan saran dalam bentuk tulisan yang akan dievaluasi oleh dosen pembimbing kami Bpk. Goenawan, S.E. Apabila terdapat kesalahan, laporan sementara yang sudah dibuat dikembalikan kembali pada penulis untuk direvisi. Apabila sudah tidak ada kesalahan lagi maka akan dilanjutkan menjadi laporan akhir. Sedangkan hubungan antara dosen pembimbing Petra Bpk. Goenawan, S.E dengan force one adalah jalur koordinasi.

#### **4.2. Mekanisme Interaksi dengan pejabat subyek perusahaan.**

Sebelum penulis melakukan interaksi dan pengumpulan data, penulis meminta izin terlebih dahulu kepada pimpinan perusahaan yaitu : Ibu Lili Tirtha Rahardja, yang menjabat sebagai General Manager PT SS Bojonegoro.

Kegiatan pengumpulan data yang penulis lakukan dapat dilakukan dengan tiga cara yaitu: penelitian meja (*desk research*), tatap muka dengan pejabat perusahaan, dan pengamatan kegiatan perusahaan. Dalam melakukan penelitian meja, penulis mencari informasi dari internet, jalur perdagangan (kondisi pasar yang dihadapi), melihat arsip-arsip perusahaan, dan formulir dalam perusahaan (nota, faktur, laporan harian, dll) dari bagian administrasi perusahaan. Lalu saat melakukan tatap muka dengan pejabat perusahaan, penulis dapat melakukan wawancara, konsultasi untuk menyatukan pendapat atau persepsi, sebagai pelaku pelaksana perusahaan yang terlibat langsung dalam kegiatan operasional perusahaan. Untuk kegiatan pengamatan perusahaan, penulis melakukan

pengamatan lapangan, pendampingan petugas, dan pendampingan keluar (pelanggan). Adapun semua kegiatan yang penulis lakukan adalah sesuai dengan petunjuk dari Force One dan Dosen Petra dan dengan sepengetahuan General Manager PT SS.

### **4.3. Proses Pengumpulan Data, Realisasi Kerja dan Temuan Lapangan selama Pendampingan di PT SS Elhasurya**

#### **4.3.1. Proses Pengumpulan Data**

Pengumpulan data yang penulis lakukan terdiri dari:

a. Data Primer:

- Kegiatan operasional perusahaan
- Struktur organisasi
- Laporan penjualan
- Pengamatan lapangan

b. Data Sekunder:

- Majalah
- dll

Data Primer adalah data yang penulis gunakan untuk dianalisa dan akhirnya digunakan untuk pembuatan laporan kerja akhir. Data primer ini dapat diperoleh langsung dari pejabat perusahaan dan pihak lain yang terlibat secara tidak langsung dengan perusahaan, baik berupa sejarah perusahaan, gambaran kegiatan perusahaan, dan pembagian wilayah. Sedangkan data sekunder adalah data yang dikumpulkan penulis sebagai pendukung analisa dan penulisan laporan seperti informasi mengenai pesaing, kondisi persaingan AMDK, dan semua artikel yang berhubungan dengan analisa penulis.

#### **4.3.2. Realisasi Kerja**

Sesuai dengan petunjuk dari Force One, penulis harus melakukan observasi di PT SS Bojonegoro minimal selama 72 jam dan akan berlangsung dari tanggal September 2006 s/d Desember dengan rincian kegiatan sebagai berikut:

13 September 2006 : Wawancara dengan GM PT SS, Ibu Lili Tirtha

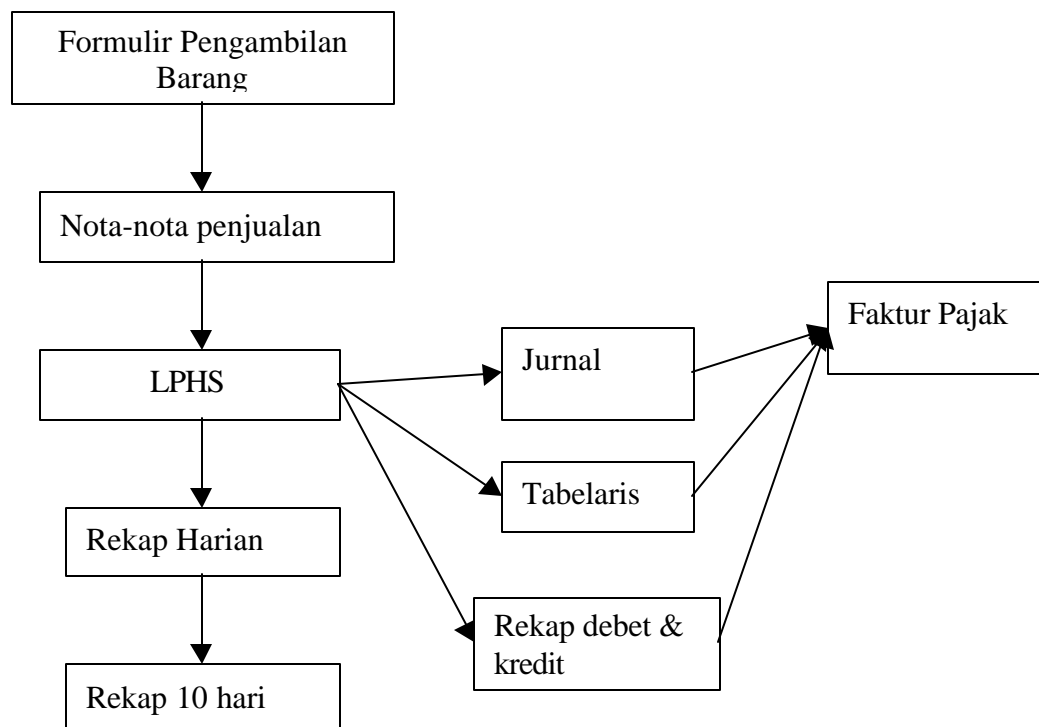
- 14 September 2006 : Wawancara dengan Administrasi perusahaan, Ibu Henny.
- 20 September 2006 : Observasi lapangan dengan Eko (salesman).
- 21 September 2006 : Ikut kegiatan administrasi di kantor.
- 7 Oktober 2006 : Ikut kegiatan administrasi di kantor dan wawancara dengan GM PT SS Elhasurya Ibu Lili TR.
- 9 Oktober 2006 : Mendatangi Pemakaman salesman PT SS Elhasurya, canvassing dengan Eko.
- 10 Oktober 2006 : Ikut kegiatan operasional kantor dengan mengirimkan barang kepada pelanggan yang pesan melalui telepon.
- 27 Oktober 2006 : Melayani pemesanan pelanggan melalui telepon karena pada hari itu belum semua salesman masuk kerja karena libur hari raya Idul Fitri.
- 14 November 2006 : Ikut kegiatan operasional kantor, meminta data penjualan.
- 15 November 2006 : Ikut mengirim barang + rekap data penjualan
- 16 November 2006 : Ikut mengirim barang + rekap data penjualan
- 22 November 2006 : Observasi Lapangan + Dokumentasi
- 23 November 2006 : Observasi Lapangan + Dokumentasi
- 28 November 2006 : Meminta surat keterangan dari General Manager PT SS Elhasurya Bojonegoro.

#### 4.3.3. Temuan Lapangan

PT SS Elhasurya ini memiliki SKU berupa Air Minum Dalam Kemasan TOTAL dan Jamu Dua Putri Dewi. Dalam kegiatan pendistribusian produk, AMDK TOTAL dilakukan dengan salesman canvassing yang berkeliling setiap hari sedangkan untuk salesman Jamu Dua Putri Dewi hanya berkeliling canvassing antara 1-2 kali dalam satu bulan. Kontribusi penjualan yang diberikan oleh Jamu Dua Putri Dewi ini sebesar 10%-15% dari total omzet perusahaan. Dan untuk biaya operasionalnya ditanggung bersama-sama dengan SKU lainnya. Untuk kebutuhan tugas akhir ini penulis memfokuskan pada peningkatan penjualan AMDK TOTAL karena penjualan AMDK TOTAL merupakan kontribusi utama dari perusahaan.

##### 4.3.3.1. Administrasi PT SS Elhasurya

Dalam kegiatan operasional sehari-hari ada beberapa kegiatan administrasi yang harus dilakukan dalam PT SS Elhasurya, antara lain:



#### Gambar 4.2 Alur Administrasi PT SS Elhasurya

- Pada saat salesman melakukan pengambilan barang masuk ke mobil, maka para salesman harus mengisi form pengambilan yang akan dicatat ulang oleh bagian gudang di buku stok barang.
- Pada saat jam kerja sudah selesai salesman akan membuat Laporan Penjualan Harian Sales (LPHS) yang didalamnya berisi jumlah penjualan produk pada hari itu dan akumulasi penjualan dan biaya-biaya yang dikeluarkan selama kerja.
- Setelah LPHS terkumpul maka bagian administrasi membuat rekap harian.
- Setelah berjalan sepuluh hari maka dari rekap harian itu akan dibuat laporan sepuluh hari yang berisi total pengambilan barang, jumlah pembelian selama sepuluh hari, dan penjualan selama sepuluh hari.
- Dari LPHS yang terkumpul itu juga akan dimasukkan dalam buku jurnal lalu buku tabelaris dan akan dilakukan rekap debit dan kredit (secara bulanan).
- Pada saat salesman kembali harus dihitung berapa banyak galon kosong yang dibawa dan dicatat oleh bagian Inventory di buku galon.
- Setelah kegiatan operasional berjalan satu bulan, PT SS akan membuat Faktur Pajak yang tiap bulannya disetorkan melalui Bank Jatim atau BNI.

Untuk kegiatan pembelian yang dilakukan oleh PT SS Elhasurya akan melalui proses sebagai berikut:

- PT SS membuat Purchase Order yang akan dikirim melalui fax kepada PT Panglima Pemenang sebagai distributor AMDK TOTAL wilayah Indonesia Timur.
- Pada saat barang berupa datang di PT SS, barang tersebut akan dilengkapi surat jalan yang menerangkan jumlah barang yang dikirim.
- Jika barang yang dikirim berupa galon, maka dalam surat jalan yang diberikan juga terdapat jumlah barang yang diterima baik, dan jumlah galon yang dikembalikan karena rusak.

#### 4.3.3.2 Sistem dan platform penjualan PT SS Elhasurya

Dalam menjual AMDK TOTAL, PT SS Elhasurya memiliki beberapa cara penjualan, yaitu:

a. Salesman / wiraniaga / sales force

Adalah tenaga penjual yang dimiliki oleh PT SS yang bertugas menjual produk dan mencari pelanggan atau pembeli sesuai dengan wilayah yang sudah ditentukan. Saat ini PT SS memiliki tiga orang sales tetap dan satu driver / sopir yang mendampingi salesman. Tiga sales yang ada tersebut juga dapat merangkap sebagai sopir dengan didampingi oleh tenaga pengangkat barang (kuli).

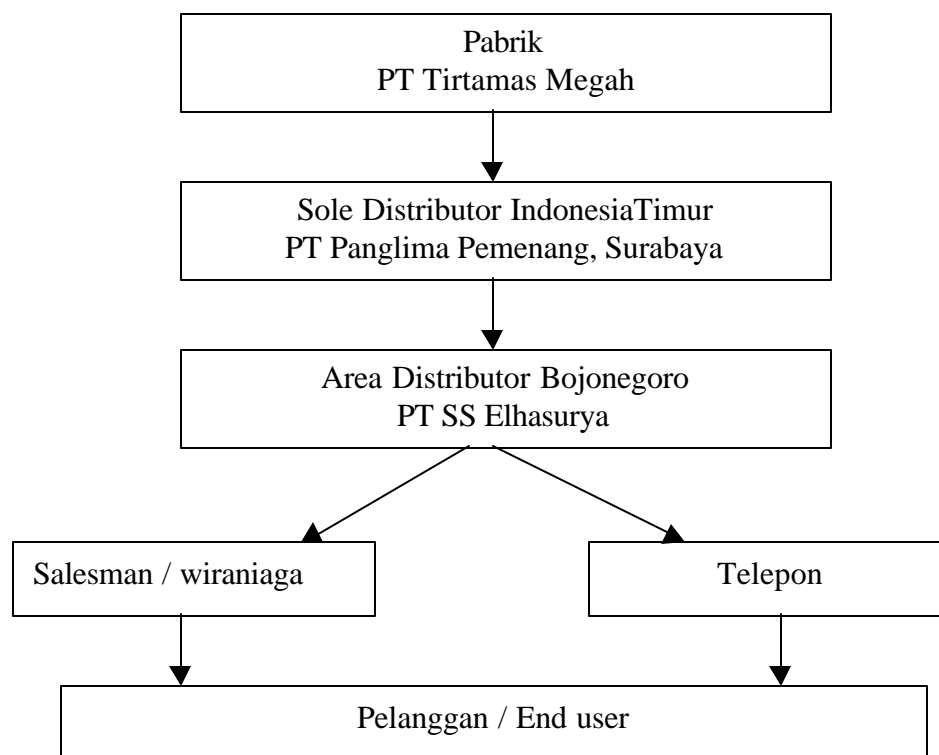
b. Telepon

Merupakan kegiatan tele-marketing, dimana petugas di kantor menelpon pelanggan –pelanggan untuk mencari order.

Selain itu ada juga pelanggan yang melakukan permintaan melalui telepon. Hal ini dapat disebabkan karena pelanggan tersebut belum dikunjungi salesman atau pada saat tersebut pelanggan tiba-tiba habis stok karena permintaan yang tinggi.

Untuk saat ini dua cara yang sudah dilakukan ini merupakan cara yang paling efektif dan efisien untuk memenuhi permintaan di Bojonegoro.

Arus distribusi dan penjualan AMDK TOTAL



Gambar 4.3 Bagan Alur Produk

Cara penjualan AMDK TOTAL ke pelanggan toko yang ada mempunyai dua cara yaitu:

- secara cash / tunai

Pembayaran oleh pelanggan dilakukan secara langsung pada hari/tanggal yang sama di mana saat pelanggan mendapatkan barang yang dibelinya. Pembayaran tersebut dilakukan dengan membayar uang tunai kepada salesman yang melakukan penjualan.

- Pembayaran mundur / *Term Of Payment* (TOP)

*Term Of Payment* yang diterapkan di PT SS Elhasurya kepada pelanggannya adalah 7 hari dari tenggal pemberian barang oleh pelanggan.

Setelah jatuh tempo, pembayaran dilakukan dengan memberikan uang tunai kepada PT SS Elhasurya melalui salesman yang menagih pada saat itu.

#### 4.3.3.3 Keadaan yang dialami PT SS Elhasurya

##### 1. Tingkat Penjualan PT SS Elhasurya

Tabel 4.1 Tingkat Penjualan PT SS Elhasurya Januari - Oktober

<b>Bulan</b>	<b>Galon 19liter</b>	<b>Cup 240ml</b>	<b>Botol 1500 ml</b>	<b>Botol 600ml</b>
Januari	3,076	5,238	159	153
Februari	3,162	4,530	159	172
Maret	3,331	4,532	124	1,127
April	3,300	6,568	173	212
Mei	3,633	7,107	150	235
Juni	3,439	7,853	177	313
Juli	3,612	7,025	193	274
Agustus	3,757	10,110	159	229
September	3,930	8,357	216	402
Oktober	3,841	7,901	231	292
<b>JUMLAH</b>	<b>35,081</b>	<b>69,221</b>	<b>1,741</b>	<b>3,409</b>

\*Cup, galon, botol Dalam unit

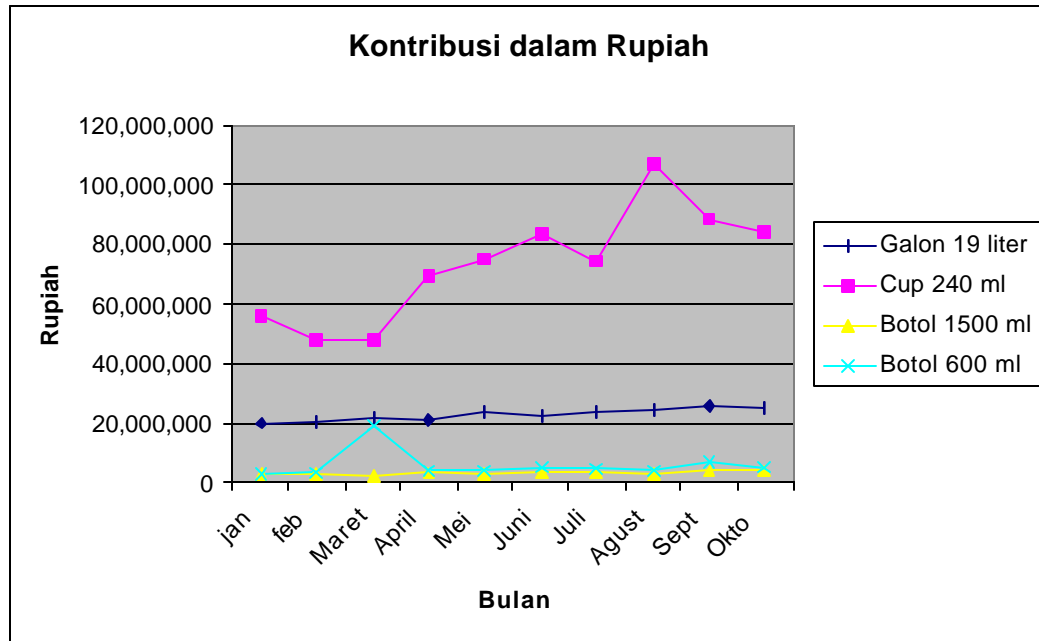
\* Sumber: Data Internal PT SS Elhasurya diolah penulis

Dari beberapa SKU yang dijelaskan di atas, dapat dibagi menjadi beberapa kategori berdasarkan kontribusi yang diberikan yaitu “produk Emas”, “produk perak”, “produk perunggu” dan “anak bawang”. Untuk menentukan besarnya kontribusi, dapat dibedakan berdasarkan dua ukuran yaitu: berdasarkan jumlah Rupiah yang diberikan dan berdasarkan jumlah liter yang diberikan. Untuk menentukan jumlah penjualan selama ini, penulis menggunakan harga yang dikeluarkan perusahaan pada bulan September dengan harga terendah saat pengambilan. Perhitungannya: Jumlah dos terjual x harga. Hasilnya terlihat pada table 4.2.

Tabel 4.2 Kontribusi dalam Rupiah masing-masing SKU Januari-Oktober

<b>Bulan</b>	<b>Galon 19 liter</b>	<b>Cup 240 ml</b>	<b>Botol 1500 ml</b>	<b>Botol 600 ml</b>	<b>JUMLAH</b>
Januari	19,994,000	55,522,800	2,703,000	2,601,000	80,820,800
Februari	20,553,000	48,018,000	2,703,000	2,924,000	74,198,000
Maret	21,651,500	48,039,200	2,108,000	19,159,000	90,957,700
April	21,450,000	69,620,800	2,941,000	3,604,000	97,615,800
Mei	23,614,500	75,334,200	2,550,000	3,995,000	105,493,700
Juni	22,353,500	83,241,800	3,009,000	5,321,000	113,925,300
Juli	23,478,000	74,465,000	3,281,000	4,658,000	105,882,000
Agustus	24,420,500	107,166,000	2,703,000	3,893,000	138,182,500
September	25,545,000	88,584,200	3,672,000	6,834,000	124,635,200
Oktober	24,966,500	83,750,600	3,927,000	4,964,000	117,608,100
<b>Jumlah</b>	<b>228,026,500</b>	<b>733,742,600</b>	<b>29,597,000</b>	<b>57,953,000</b>	<b>1,049,319,100</b>
<b>Kontribusi (%)</b>	<b>21.73</b>	<b>69.93</b>	<b>2.82</b>	<b>5.52</b>	<b>100.00</b>

Gambar 4.4. Grafik kontribusi dalam Rupiah



Gambar 4.4

- Jumlah dalam Rupiah (Rp)
- Kontribusi dalam Persen (%)
- Sumber: Data internal perusahaan diolah penulis

Jika dilihat berdasarkan rupiah, dapat dibedakan menjadi:

- Produk Emas: Cup 240 ml. Kontribusinya sebesar 69,93%.
- Produk Perak: Galon 19 liter. Kontribusinya sebesar 21,73%.
- Produk Perunggu: Botol 600 ml. Kontribusinya sebesar 5,52%.
- Anak bawang: Botol 1500 ml. Kontribusinya sebesar 2,82%.

Untuk perhitungan kontribusi dalam liter perhitungannya adalah:

$$\frac{(\text{Jumlah unit terjual} \times \text{jumlah isi} \times \text{berat per unit})}{1000}$$

1000

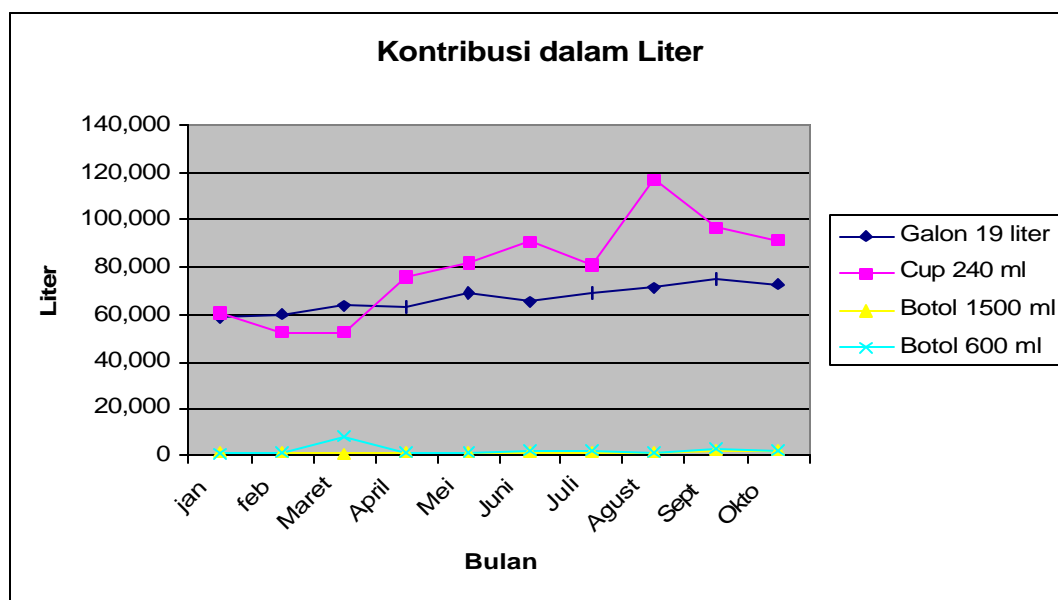
Contoh: 1 dos cup. Perhitungannya adalah  $(1 \times 48 \times 240) : 1000 = 11,520$  liter

Hasil perhitungan kontribusi dalam liter dapat dilihat dalam Table 4.3.

Tabel 4.3 Kontribusi dalam Liter masing-masing SKU Januari-Oktober

Bulan	Galon 19 liter	Cup 240 ml	Botol 1500 ml	Botol 600 ml	JUMLAH
Januari	58,444	60,342	1,431	1,102	121,318
Februari	60,078	52,186	1,431	1,238	114,933
Maret	63,289	52,209	1,116	8,114	124,728
April	62,700	75,663	1,557	1,526	141,447
Mei	69,027	81,873	1,350	1,692	153,942
Juni	65,341	90,467	1,593	2,254	159,654
Juli	68,628	80,928	1,737	1,973	153,266
Agustus	71,383	116,467	1,431	1,649	190,930
September	74,670	96,273	1,944	2,894	175,781
Oktober	72,979	91,020	2,079	2,102	168,180
<b>Jumlah</b>	<b>666,539</b>	<b>797,426</b>	<b>15,669</b>	<b>24,545</b>	<b>1,504,179</b>
Kontribusi (%)	44.31	53.01	1.04	1.63	100

Gambar 4.5. Grafik kontribusi dalam Liter



- Jumlah dalam Liter ( l )
- Kontribusi dalam Persen (%)
- Sumber: Data internal perusahaan diolah penulis

Jika dilihat berdasarkan jumlah liter yang diberikan maka:

- Produk Emas: Cup 240 ml dengan kontribusi 53,01%.
- Produk Perak: Galon 19 liter dengan kontribusi 44,31 %
- Produk Perunggu: Botol 600 ml dengan kontribusi 1,63%.
- Anak bawang: Botol 1500 ml dengan kontribusi 1,04%.

Berikut in adalah data penjualan harian PT SS Elhasurya mulai bulan Agustus sampai Oktober yang dapat dikumpulkan penulis selama magang diperusahaan:

Tabel 4.4 Penjualan PT SS Elhasurya bulan Agustus

Tanggal	Galon 19 liter	Cup 240 ml	Botol 1500ml	Botol 600ml	Jumlah
1-Aug	152	260	7	11	430
2-Aug	158	196	4	7	365
3-Aug	249	359	6	7	621
4-Aug	182	569	2	4	757
5-Aug	104	527	6	5	642
6-Aug	0	0	0	0	0
7-Aug	146	555	3	16	720
8-Aug	122	252	10	12	396
9-Aug	118	331	11	10	470
10-Aug	177	539	4	20	740
11-Aug	78	362	12	12	464
12-Aug	170	442	16	5	633
13-Aug	0	0	0	0	0
14-Aug	82	407	7	8	504
15-Aug	167	485	9	11	672
16-Aug	147	559	11	32	749
17-Aug	0	0	0	0	0
18-Aug	142	631	5	4	782
19-Aug	235	436	6	10	687
20-Aug	0	0	0	0	0
21-Aug	0	0	0	0	0
22-Aug	207	437	4	4	652
23-Aug	144	411	10	12	577
24-Aug	52	392	4	5	453

25-Aug	216	408	2	10	636
26-Aug	154	260	3	4	421
27-Aug	0	0	0	0	0
28-Aug	212	324	1	0	537
29-Aug	110	338	2	3	453
30-Aug	99	358	0	9	466
31-Aug	134	272	14	8	428
<b>Jumlah</b>	<b>3757</b>	<b>10110</b>	<b>159</b>	<b>229</b>	<b>14255</b>

\*Dalam unit

\*Sumber: Data internal PT SS diolah penulis

\*  = Hari Minggu / libur nasional

Keterangan:

Pada bulan Agustus, tanggal 1-5 Agustus tidak terjadi peningkatan penjualan. Pada minggu kedua tanggal 7-12 Agustus mulai terlihat adanya peningkatan penjualan karena pada minggu itu di Bojonegoro mulai ada kegiatan untuk memperingati hari kemerdekaan Indonesia. Ppenjualan *cup* mulai meningkat pada minggu ke-3 antara tanggal 14-16 Agustus karena pada minggu itu banyak sekali diadakan acara untuk memperingati kemerdekaan Indonesia seperti karnaval (TK, SD, SMP, SMU dan umum), gerak jalan, dll. Selain itu pelanggan juga mengantisipasi adanya libur nasional pada tanggal 21 Agustus.

Tabel 4.5 Penjualan PT SS Elhasurya bulan September

Tanggal	Galon 19 liter	Cup 240 ml	Botol 1500ml	Botol 600ml	Jumlah
1-Sep	169	460	5	97	731
2-Sep	129	644	7	2	782
3-Sep	0	0	0	0	0
4-Sep	169	349	14	13	545
5-Sep	123	441	6	5	575
6-Sep	122	308	11	15	456
7-Sep	156	237	1	5	399
8-Sep	148	369	1	2	520
9-Sep	53	910	5	12	980
10-Sep	0	0	0	0	0
11-Sep	205	514	2	3	724
12-Sep	159	770	5	5	939
13-Sep	101	232	8	27	368

14-Sep	141	370	8	8	527
15-Sep	183	240	7	1	431
16-Sep	173	258	5	7	443
17-Sep	0	0	0	0	0
18-Sep	213	255	13	22	503
19-Sep	178	149	6	11	344
20-Sep	116	253	18	57	444
21-Sep	140	241	27	16	424
22-Sep	224	261	3	10	498
23-Sep	153	249	7	6	415
24-Sep	0	0	0	0	0
25-Sep	189	135	7	12	343
26-Sep	129	119	6	6	260
27-Sep	130	102	7	5	244
28-Sep	116	93	4	25	238
29-Sep	191	232	1	1	425
30-Sep	120	166	32	29	347
<b>Jumlah</b>	<b>3930</b>	<b>8357</b>	<b>216</b>	<b>402</b>	<b>12905</b>

\*Dalam unit

\*Sumber: Data internal PT SS diolah penulis

\*  = Hari Minggu / libur nasional

Keterangan:

Dibandingkan penjualan pada bulan Agustus, pada bulan September ini terjadi penurunan jumlah *cup* karena pada bulan ini jarang sekali atau bahkan tidak ada hari yang diperingati sehingga penjualannya *cup* kembali turun sebesar 17,33% dari bulan Agustus. Tetapi penjualan galon meningkat sekitar 4,6% dari bulan Agustus. Sedangkan untuk botol terjadi kenaikan rata-rata kurang lebih sebesar 59%. Tetapi jika dilihat secara keseluruhan total penjualan bulan September menurun sebesar 9,5% dari bulan Agustus. Selain itu juga karena mulainya bulan puasa pada minggu ke-4 sehingga terjadi penurunan penjualan.

Tabel 4.6 Penjualan PT SS Elhasurya bulan Oktober

Tanggal	Galon 19 liter	Cup 240 ml	Botol 1500ml	Botol 600ml	Jumlah
1-Oct	0	0	0	0	0
2-Oct	194	194	10	16	414
3-Oct	112	90	2	11	215

4-Oct	99	82	11	2	194
5-Oct	109	63	6	6	184
6-Oct	80	239	8	12	339
7-Oct	212	95	20	12	339
8-Oct	0	0	0	0	0
9-Oct	177	356	1	14	548
10-Oct	82	4	0	0	86
11-Oct	171	269	17	21	478
12-Oct	155	267	7	38	467
13-Oct	239	149	5	2	395
14-Oct	200	323	11	9	543
15-Oct	0	0	0	0	0
16-Oct	169	473	1	1	644
17-Oct	163	428	10	18	619
18-Oct	156	258	26	26	466
19-Oct	267	232	23	26	548
20-Oct	157	401	27	26	611
21-Oct	348	846	14	26	1234
22-Oct	0	0	0	0	0
23-Oct	0	0	0	0	0
24-Oct	0	0	0	0	0
25-Oct	0	0	0	0	0
26-Oct	0	0	0	0	0
27-Oct	201	905	8	8	1122
28-Oct	0	0	0	0	0
29-Oct	0	0	0	0	0
30-Oct	359	1469	18	12	1858
31-Oct	191	758	6	6	961
<b>Jumlah</b>	<b>3841</b>	<b>7901</b>	<b>231</b>	<b>292</b>	<b>12265</b>

\*Dalam unit

\*Sumber: Data internal PT SS diolah penulis

\*  = Hari Minggu / libur nasional

\*  = Hari libur Idul Fitri PT SS Elhasurya

Keterangan:

Pada minggu pertama dan kedua bulan ini penjualannya menurun karena terkena dampak dari bulan puasa. Tetapi pada minggu ke-3 yang merupakan minggu terakhir bulan puasa, terjadi peningkatan penjualan. Hal ini dikarenakan akan terjadi peningkatan jumlah konsumsi pada saat hari raya Idul Fitri karena pada saat seperti ini akan banyak orang yang ikut merayakannya sehingga.

Pada tanggal 23-28 Oktober merupakan hari libur Idul Fitri yang ditetapkan oleh pimpinan perusahaan. Tetapi untuk tetap menjaga ketersediaan barang di pasar, PT SS masih tetap melayani beberapa pelanggan yang memesan barang melalui telepon, sehingga pada tanggal 27 terjadi penjualan lagi tetapi tidak melibatkan semua salesman, hanya ada satu salesman yaitu Eko dan Kundi yang bertugas mengirim barang sedangkan kuli yang bekerja saat itu adalah Yanto, Pak Tarji (kuli tidak tetap), dan Pak Man (kuli panggilan). Untuk administrasi pada hari itu sepenuhnya dilaksanakan oleh Ibu Lili dan Bpk Heri.

2. Selain kegiatan menjual, PT SS Elhasurya ini juga melakukan kegiatan *repacking*, yaitu kegiatan mengemas kembali produk yang kemasan kardusnya rusak karena perjalanan pengiriman dari prinsipal atau rusak saat di dalam mobil salesman. Dalam pelaksanaannya *repacking* ini dapat dilakukan oleh semua karyawan yang ada.
3. Saat ini PT SS memiliki karyawan sebanyak 14 orang untuk melaksanakan kegiatan operasionalnya. 1 Orang General Manager, 1 orang asisten GM, salesman sebanyak 3 orang, supir 1 orang, tenaga administrasi 2 orang, bagian gudang 1 orang, kuli 3 orang, dan karyawan umum 2 orang.
4. Armada yang dimiliki sebanyak 6 buah yaitu: Colt diesel (2 unit), Mitsubishi L-300 (1 unit), Suzuki Carry (1 unit), Izuzu Elf (1 unit), Hi-Ace (1 unit). Dalam kegiatan sehari-hari, kendaraan yang dipakai oleh salesman adalah colt diesel (1), Mitsubishi L-300 (1) dan Suzuku Carry / Colt Diesel. Kendaraan lain seperti Hi-Ace dan Izuzu Elf tidak digunakan karena kondisi kendaraan yang tidak memungkinkan lagi untuk mengangkat barang yang berat dan kendaraan tersebut menurut General Manager PT SS mudah rusak sehingga tidak dapat digunakan untuk keperluan berat. Kendaraan Hi-Ace ini merupakan kendaraan milik prinsipal yang dipinjamkan kepada PT SS pada saat awal berdiri.

5. PT SS Elhsurya ini masih belum memiliki pengaturan wilayah dan jadwal kunjungan yang efisien dan efektif untuk masing-masing salesman.
6. Dari hasil wawancara yang dilakukan pada beberapa pelanggan baik dalam kota Bojonegoro atau kecamatan-kecamatan yang ada, mereka sebagian besar sangatlah sensitif terhadap harga dan untuk daerah desa, masyarakatnya tidak terlalu peduli dengan kualitas atau merek air minum, yang mereka pentingkan adalah harga yang murah.
7. Kurangnya *trade promotion* untuk pelanggan.  
Promosi yang dilakukan saat ini adalah mencari pelanggan baru yaitu warung-warung makan di pinggir jalan dengan memberikan hadiah bagi mereka yang menjual AMDK TOTAL di warungnya. Untuk pelaksanaannya, beberapa warung yang sudah diberi tawaran ini pada saat membeli AMDK TOTAL harus meminta nota dari toko dimana mereka membeli, lalu pada saat-saat tertentu salesman datang ke warung tersebut untuk membuktikan pembelian, jika memang warung tersebut menjual AMDK TOTAL maka PT SS Akan memberikan hadiah berupa tempat makan atau gelas kepada warung tersebut.
8. Penjualan secara kredit pada pelanggan memiliki jangka waktu pembayaran (*term of payment*) selama satu minggu dari tanggal pembelian.
9. Persaingan AMDK di Bojonegoro  
Saat ini persaingan yang terjadi di Bojonegoro sangatlah ketat. Salah satu yang menyebabkan terjadinya persaingan yang sangat ketat ini adalah adanya 2 agen AMDK merek Club yang saling bersaing harga. Hal ini menyebabkan posisi TOTAL menjadi terhimpit oleh persaingan yang dilakukan oleh dua agen tersebut karena harga jual TOTAL sama dengan harga dari merek Club. Selain itu juga ada distributor AMDK merek Aqua khusus kemasan galon.

Tabel 4.7. Persaingan antar perusahaan penyalur AMDK di Bojonegoro

		PT SS	C 1 (HJ)		C2 (JM)		AQ Galon
			Aqua	Club	Aqua	Club	
Harga AMDK	Cup	11,000	??	11,000	??	11,000	-
	Botol 600 ml	18,000	24,000	17,500	24,000	17,500	-
	Botol 1500 ml	18,000	24,000	17,800	24,000	17,800	-
	Galon	7,000	8,500	6,750	8,500	6,750	8,500
	AMDK merek lain dan produk lain selain AMDK	Jamu Dua Putri Dewi	Aqua, Club, Viand, Aries, Bir, dll	Club, Viand, AquaAries, Bir, 2Tang, dll	Tidak ada		
Armada	6Buah. Colt Diesel (2), L-300(1), Carry (1), Izuzu Elf (1), Hi-Ace (1).	4 buah. L-300 (1), Colt Diesel (2), Carry (1)	4 Buah. Colt Diesel (3), L-300 (1)	2 buah. Colt Diesel (2)			
Salesman	4 Orang	4 Orang	4 Orang	2 Orang			
Kepemilikan Galon	Jaminan 1galon=Rp30000.	Jaminan 1 galon=Rp30000	Jaminan 1 galon=Rp30000	Ada beberapa outlet yang mengaku kalau diberi pinjaman tanpa jaminan.			

- Sumber: Wawancara dengan Salesman dan pengamatan penulis di lapangan.

#### 4.3.3.4. Kejadian lain selama Magang di PT SS Elhasurya

Pada tanggal 7 Oktober 2006, salesman dalam kota Pak Hadi mengalami kecelakaan lalu dibawa ke Rumah Sakit pada hari itu juga. Pada tanggal 8 Oktober malam hari Pak Hadi meninggal dunia. Dan tanggal 9 Oktober beliau langsung dimakamkan. Pada hari pemakaman itu penulis ikut mengiring jenazah ke pamakaman.

#### 4.3.4. Analisa hasil akhir

Dari temuan lapangan yang didapatkan penulis selama melakukan observasi di PT SS Elhasurya, penulis mendapatkan analisa hasil akhir sebagai berikut:

Pada bulan Januari-Maret merupakan bulan yang oleh orang di Jawa dipercayai sebagai bulan Suro dimana pada bulan tersebut sangat sedikit orang yang mengadakan acara. Perubahan peningkatan penjualan pada bulan Januari-Maret dan mulai bulan April penjualannya mulai meningkat sebesar kurang lebih 10% dari bulan Maret sampai Juli. Pada bulan Agustus meingkat lagi sebesar 25% karena pada bulan ini ada banyak acara yang diperingati secara Nasional.

Tingkat penjualan AMDK mulai bulan Januari sampai Agustus mengalami peningkatan, tetapi pada bulan September – Oktober terjadi penurunan yang signifikan juga bila dibandingkan dengan penjualan bulan Agustus. Hal yang menyebabkan terjadinya penurunan ini antara lain karena pada bulan Agustus terdapat beberapa hari libur nasional yang diperingati secara besar-besaran di Bojonegoro seperti peringatan 17 Agustus. Peringatan yang dilakukan antara lain yaitu karnaval untuk TK, SD, SLTP, SMU dan umum. Pada saat seperti ini pastilah terjadi peningkatan konsumsi air minum karena dibutuhkan selain makanan adalah minuman dalam kemasan yang dapat langsung diberikan pada peserta pada saat berjalan. Lalu pada bulan September tidak ada hari-hari besar yang diperingati dan pada minggu terakhir merupakan awal bulan puasa sehingga menyebabkan terjadinya penurunan konsumsi air dan hal ini berdampak pada penurunan pendapatan.

Lalu pada bulan Oktober selama dua minggu adalah hari dimana orang beragama Islam melakukan puasa sehingga penjualannya tidak terlalu tinggi. Tetapi memasuki minggu ketiga yang merupakan minggu terakhir bulan puasa, terjadi peningkatan penjualan. Hal ini dapat disebabkan karena banyak orang mulai mempersiapkan diri untuk merayakan hari raya Idul Fitri dan bagi beberapa pelanggan mulai meningkatkan jumlah stoknya karena pada saat Idul Fitri perusahaan libur mulai hari senin – sabtu.

## Analisis SWOT

### Strength:

- Stok barang selalu ada.
- Produk sudah cukup terkenal.
- Harga sama dengan pesaing.

### Weakness:

- Jarang ada promosi.
- Tidak ada dukungan promosi dari prinsipal.
- Tidak ada pengaturan wilayah yang efisien.
- Jumlah salesman sedikit
- Kemampuan / kualitas salesman dalam penguasaan wilayah masih kurang.

### Opportunity:

- Air minum merupakan kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi.
- Wilayah kabupaten Bojonegoro yang cukup luas.

### Treat:

- Persaingan harga yang ketat antar penjual AMDK.
- Banyak pelanggan yang sensitif terhadap harga.
- Banyaknya merek baru yang muncul dengan harga yang sangat murah.
- Banyaknya tempat pengisian air isi ulang.
- Adanya musibah Lumpur Lapindo di Prorong yang mungkin dapat menyebabkan terlambatnya pengiriman barang ke Bojonegoro.