



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

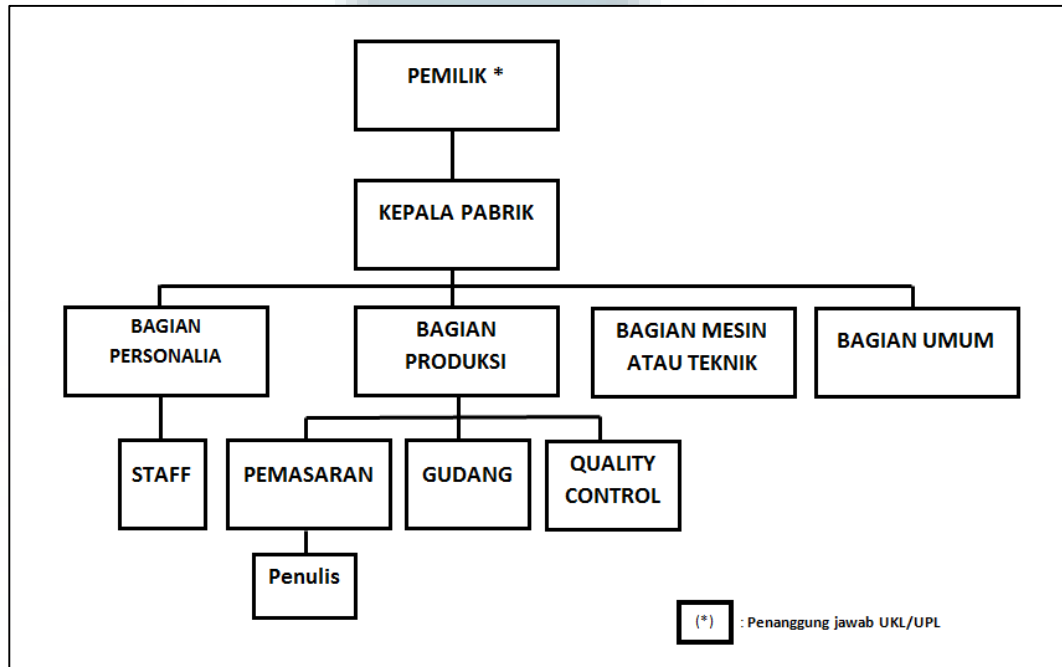
### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### PELAKSAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Organisasi



Sumber : Data Primer

**Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT Quantum Tosan Internasional**

Berdasarkan struktur organisasi pada gambar 3.1 penulis ditempatkan pada divisi *marketing* ketika melakukan kerja magang di perusahaan PT Quantum. Dalam pelaksanaannya, tugas-tugas yang diberikan perusahaan berada di bawah bimbingan Ibu Mina, Bapak Bun Li, Bapak Sidhi dan Bapak Dwi.

#### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Berikut ini ialah tugas tugas yang dilakukan penulis selama kerja magang di perusahaan PT Quantum yang dimulai dari tanggal 11 Februari 2016 sampai dengan 27 Mei 2016:

NO.	Jenis Pekerjaan	Hasil	Koordinasi
1.	<i>Product Knowledge</i>	Penulis mendapat pengetahuan mengenai berbagai jenis kasur dan komponen yang terdapat didalamnya seperti tiga komponen dasar yaitu divan <i>mattress</i> dan sandaraan ( <i>headboard</i> )	Ibu Mina Cong
2.	Melakukan observasi ke toko pendistribusian untuk melihat kondisi pasar	Penulis dapat mengetahui pendistribusian PT Quantum cukup luas dan untuk dikalangan masyarakat menengah kebawah <i>brand awareness</i> produk ini cukup kuat dan masyarakat sudah loyal terhadap <i>brand</i> tersebut	Bapak Sidhi Olik
3.	Mempelajari Proses Produksi	Penulis dapat mengetahui bagaimana membuat per yang kuat sehingga tidak mudah rusak oleh karena itu perusahaan memberikan garansi 15 tahun untuk kualitas per, selain itu penulis juga mengetahui bagaimana proses pembuatan <i>spring bed</i> secara rinci.	Bapak Dwi Saroso
4.	Mendata dan mempelajari sistem pengiriman	Penulis jadi mengetahui bahwa dalam proses pengiriman, khususnya pengiriman ke luar negeri memerlukan <i>Packing List</i> yang mendata berat bersih, berat kotor dan lainnya.	Bapak Phi Que, Bapak Andreas
5.	Menemani atasan bertemu <i>client</i>	Disini penulis dapat mengetahui bahwa dalam menghadapi atau bertemu dengan <i>client</i> dapat dilakukan dengan berbagai tergantung dengan karakteristik dari <i>client</i> tersebut. Selain itu hal yang terpenting dalam bertemu	Bapak Bun Li, Bapak Sidhi Olik

NO.	Jenis Pekerjaan	Hasil	Koordinasi
		dengan <i>client</i> adalah bagaimana kita dapat mengambil hati <i>client</i> dengan baik, karena dengan mendapatkan perhatiannya maka negosiasi yang akan berjalan sesuai dengan keinginan kita. Untuk mendapatkan hati dan perhatian <i>client</i> , kita harus mempunyai <i>communication skills</i> yang baik dan intonasi nada yang tepat dalam berkomunikasi dengan <i>client</i>	
6.	Bertemu dengan <i>Agency Advertising</i>	Dalam kegiatan ini penulis mengetahui bahwa <i>benefit</i> dan <i>cost</i> yang harus dikeluarkan perusahaan untuk menggunakan jasa <i>advertising</i> .	Bapak Sidhi Olik

Tabel 3.1 Jenis Pekerjaan dalam Praktik Kerja Magang

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut ini merupakan kegiatan-kegiatan yang dilakukan penulis selama melakukan pelaksanaan program kerja magang di PT Quantum

Tosan Internasional:

U M N

### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

#### 3.3.1.1 *Product Knowledge*



Sumber : Data Primer

#### **Gambar 3.2 Penulis Mempelajari *Product Knowledge***

Pekerjaan awal yang harus dipenuhi penulis ialah *Product Knowledge* terlebih dahulu. Di dalam perusahaan ini terdapat banyak sekali *product knowledge* yang harus penulis pelajari yang dapat penulis jabarkan ke dalam tiga bagian utama yaitu:

##### 1. Bagian Divan (*Foundation mattress*)

Pada bagian ini disebut *Foundation*, karena bagian ini yang menopang *mattress* agar posisi tempat tidur tidak terlalu rendah. Tinggi divan standardnya 35 centimeter yang terdiri dari kayu pilihan yang sudah diolah dan dikeringkan atau di-*oven*. Proses pengeringan kayu harus dilakukan secara tepat agar kandungan air yang ada di dalam kayu tersebut berkurang dan tekstur kayu akan menjadi lebih keras sehingga kayu lebih tahan lama.

Divan / Foundation	
Fullper	Solid Kilm-dry wood
Bradford	Solid wood
Imasoft	Join
Suede Marun	semi-flex
Suede	Box per
Oscar	

Sumber : Data Primer

**Tabel 3.2 Variasi dari Divan**

Dari tabel 3.2 diatas terdapat 11 varian dari Divan yang dipakai sebagai penyangga *spring bed* yang biasanya digunakan untuk membentuk *spring bed* agar mencapai tinggi yang tepat ketika konsumen akan membaringkan badannya.

## 2. *Mattress*

Jenis <i>Mattress</i>	
Latex Series	Latex Pocket Plushtop Rosewood
	Latex Pocket Plushtop Monaco
	Latex Rebounded Delanova
	Latex Rebounded Sheraton
	Latex Pocket Singlepillowtop Moroko
	Latext Poket Singlepillowtop Regency
Platinum series	Platinum Plushtop Green
	Platinum Plushtop Gold
	Platinum Plushtop Romessa
	Platinum Double Pillowtop Romessa
	Platinum Double Pillowtop Violetta
	Platinum Double Pillowtop Paris
	Platinum Singlepillowtop Victoria
	Platinum Singlepillowtop Manila
Simphony Series	Platinum Singlepillowtop Roman
	Simphony Singlepillowtop Emerald
	Simphony Singlepillowtop Ruby
	Simphony Singlepillowtop Sapphire
	Simphony Singlepillowtop Oscar Cherry
Paradise Series	Simphony Singlepillowtop Oscar Serena
	Paradise BW Plushtop Nexus
	Paradise Plushtop Gemini
	Paradise Plushtop Dakota
	Paradise Plushtop Luna

	Paradise Plushtop Athena
	Paradise Singlepillowtop Oscar Sofia
	Paradise Singlepillowtop Oscar Serena
	Paradise Singlepillowtop Oscar Beryl
	Paradise Singlepillowtop Oscar Bella
	Paradise Box Magnolia
	Paradise Box Chrysant
	Paradise Box Lavender
	Paradise Box Fantasy
	Paradise Box Orion
Beautybed Series	Beautybed Zebra Cho-Cho
	Beautybed Kitty Cho-Cho
	Beautybed Fi Chrysant
	Beautybed Teddy Pink Wonder
	Beautybed Teddy Biru Magic
Standard Series	Standard Flamboyan
	Standard Fantasy
	Standard Chrysant
	Standard Jasmine
2 in 1 Standard Series	Kids 2 in 1 Alice
	Kids 2 in 1 Twin Sister
	Kids 2 in 1 Thomas Biru
	Kids 2 in 1 Dino Merah
	Kids 2 in 1 Dini Biru
	Kids 2 in 1 Thomas Merah
2 in 1 Cotton Series	2 in 1 Kartun London Cornello
	2 in 1 Kartun Kitty Rainbow Cornello
	2 in 1 Kartun Zebra
	2 in 1 Kartun Marsha
2 in 1 Super Cotton Series	2 in 1 Super Cotton Aurora
	2 in 1 Super Cotton Omega
	2 in 1 Super Cotton Vanessa
	2 in 1 Super Cotton Magic
	2 in 1 Super Cotton Wonder
	2 in 1 Super Cotton Galaxy
	2 in 1 Super Cotton Donut
Hotel Collection	President Suite
	Ambassador Suite
	Grand Suite Pillowtop
	Executive
	Hotel deluxe
	Mobile Extra Bed
	Maxwell

	Heavenly
	I-Rock
	Royal Salute
	Millenium
	Pocket Latex

Sumber : Data Primer

**Tabel 3.3 Jenis *Spring Bed***

PT Quantum menyediakan berbagai macam desain atau jenis jenis *spring bed* yang beranekan ragam seperti yang dapat kita lihat pada tabel 3.3 diatas. Dari setiap jenis *mattress* ini menggunakan jenis bahan serta corak yang berbeda-beda dan pada beberapa jenis dapat diberi tambahan lapisan yang biasa disebut *Pillowtop*. *Pillowtop* diletakkan pada bagian atas *mattress* agar konsumen merasa lebih nyaman pada saat beristirahat. Selain itu penulis juga mempelajari berbagai ukuran ranjang dari 90x200, 100x200, 120x200, 160x200, 180x200 dan 200x200.

### 3. Sandaran (*Headboard*)

HeadBoard			
Synthetic Leather	Rosewood	Leganza	Tulip
Senza	Golden	Diplomat	St. Fence
Ravena	Venezia	Chilton	Dakota
Atlanta	Chryasant	Talos II	Bela
William	Fantasy	Hayden	Flamboyan
Q2	Wonder	Familla Smart	Donut
Pillow	Kahlua	Ramona	Felice
Concept	Orine	3D	Lavina
Maxim	Cherry	Ossela	Cornello
Basket	Ukir	Chocolate	I Rock
Continental	British	Kniting	

Sumber : Data Primer

**Tabel 3.4 Jenis Sandaran (*Headboard*)**

Penulis mendata terdapat 43 varian sandaran (*headboard*). *Headboard* terdapat pada bagian *spring bed* dibagian atas sebelah samping diposisi lebar *mattress*. Pada bagian ini didesainnya biasanya disesuaikan dengan desain divan dan *mattress* agar



*spring bed* terlihat lebih menarik dan elegan. Tentunya jenis-jenis *headboard* yang dimiliki perusahaan ini beragam, seperti Maxim, Atlanta, Ravena, Senza dan masih banyak lagi.

### 3.3.1.2 Melakukan Observasi ke Toko Retail.

Pekerjaan kedua yang dilakukan penulis ialah mendata dan mencari informasi mengenai *spring bed* apa yang paling banyak konsumen cari di toko tersebut, bagaimana tanggapan konsumen terhadap *spring bed* perusahaan distribusikan, dan *spring bed* apa saja yang dijual di toko tersebut. Dalam mendata hal tersebut, sebelumnya saya akan menjelaskan terdapat dua jenis toko yang dimasukkan oleh perusahaan. Pertama adalah toko tradisional dan kedua adalah toko *modern*. Perbedaan dari kedua toko ini adalah toko tradisional merupakan toko pendistribusian yang tata cara menyusun produknya yang tidak teratur atau tidak tertata dengan rapih, selain itu tidak ada label harga yang tertera di produk tersebut, sehingga pemilik toko hanya mengucapkan secara verbal saja. Sedangkan toko modern kebalikkannya dengan toko tradisional, penataan produk ini disusun sedemikian rapih dan menarik, dan juga pada setiap produk tertera label harga yang jelas yang tidak dapat ditawar lagi.

Berikut ini merupakan gambaran dari beberapa toko tradisional yang telah penulis kunjungi dan data :



Sumber : Data Primer

### Gambar 3.3 Observasi Langsung ke Toko Retail

Berdasarkan gambar 3.3 di atas dapat dijelaskan bahwa pendistribusian *spring bed* Quantum di toko retail sudah menjangkau diberbagai tempat, dari survei yang penulis dapat dari pemilik toko mengatakan bahwa rata-rata konsumen yang sudah pernah coba *spring bed* Quantum atau Uniland akan merasa puas dan mau merekomendasikan ketemannya dan juga beberapa kalangan hanya mau memakai merek Quantum atau Uniland saja.

Berikut ini adalah gambaran dari toko *modern* yang pernah penulis kunjungi :



Sumber : Data Primer

### **Gambar 3.4 Toko *Modern***

Gambar 3.4 ini merupakan salah satu contoh toko *modern* yang berada di COURTS BSD. Dapat dilihat pada gambar 3.4 diatas tata cara penyusunan produknya tersusun dengan rapi sehingga memberikan anggapan produk yang dipajang terkesan lebih berkelas.

Hal ini yang membuat konsumen merasa lebih nyaman dan dapat dengan mudah membandingkan dengan cara merasakan dan menganalisa kualitas produk lainnya karena telah tertata dengan baik. Selain itu label harga beserta keterangan *discount* pun sudah terpapar dengan jelas sehingga konsumen dapat dengan langsung membandingkan dan menentukan keputusan untuk melakukan suatu pembelian.

Dalam kegiatan ini penulis mendata setiap toko yang penulis kunjungi mengenai produk apa yang sering masyarakat sekitar beli dalam pembelian *spring bed* dan bagaimana tanggapan konsumen yang sudah pernah beli. Selain itu penulis juga mendata merek *spring bed* apa yang disediakan toko tersebut. Berikut adalah data dari 16 toko yang penulis kunjungi :

NO	Nama Toko	<i>Spring Bed</i> yang tersedia	<i>Spring bed</i> yang banyak dicari konsumen
1	Citra Istana <i>Furniture</i> , Sentul-Bogor	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Quantum</li> <li>2. Uniland</li> <li>3. Guhdo</li> <li>4. Elephant</li> <li>5. Champion</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uniland</li> <li>2. Quantum</li> <li>3. Guhdo</li> </ol>
2	Jaya Perkasa <i>Furniture</i> , Cibubur	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Quantum</li> <li>2. Uniland</li> <li>3. Comforta</li> <li>4. Airland</li> <li>5. Romance</li> <li>6. Serta</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uniland</li> <li>2. Comforta</li> </ol>
3	Cahaya <i>Furniture</i> , Sentul-Bogor	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uniland</li> <li>2. Guhdo</li> <li>3. Comforta</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uniland</li> <li>2. Guhdo</li> </ol>
4	Makmur <i>Furniture</i> , Sentul-Bogor	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uniland</li> <li>2. Elite</li> <li>3. Central</li> <li>4. Gudho</li> <li>5. Comforta</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uniland</li> <li>2. Elite</li> <li>3. Central</li> </ol>

NO	Nama Toko	<i>Spring Bed</i> yang tersedia	<i>Spring bed</i> yang banyak dicari konsumen
5	Mosta <i>Furniture</i> , Depok	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Romance</li> <li>2. Quantum</li> <li>3. Uniland</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uniland</li> <li>2. Romance</li> </ol>
6	Sinar Mulia <i>Furniture</i> , Depok	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Serta</li> <li>2. Central</li> <li>3. Uniland</li> <li>4. Quantum</li> <li>5. Comforta</li> <li>6. Elite</li> <li>7. Gudho</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uniland</li> <li>2. Serta</li> <li>3. Gudho</li> </ol>
7	Grand Sinar Sari <i>Furniture</i> , Bogor	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Airland</li> <li>2. Alpha Bed</li> <li>3. American Pillow</li> <li>4. Astroland</li> <li>5. Basic</li> <li>6. Bedtalk</li> <li>7. Bella</li> <li>8. Bigland</li> <li>9. Bonanza</li> <li>10. Bosland</li> <li>11. Central</li> <li>12. Champion</li> <li>13. Comforta</li> <li>14. Cosisoft</li> <li>15. Denon</li> <li>16. Dreamline</li> <li>17. Elephant</li> <li>18. Elite</li> <li>19. Escon</li> <li>20. Eurostar</li> <li>21. Excora</li> <li>22. Federland</li> <li>23. Feelings</li> <li>24. Florence</li> <li>25. Floresta</li> <li>26. Gajah</li> <li>27. Guhdo</li> <li>28. Harmonis</li> <li>29. Javaland</li> <li>30. King koil</li> <li>31. Lady Americana</li> <li>32. Lexus</li> <li>33. Liberty</li> <li>34. Luxio</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. King Koil</li> <li>2. Romance</li> <li>3. Gudho</li> <li>4. Uniland</li> <li>5. Serta</li> </ol>

NO	Nama Toko	<i>Spring Bed</i> yang tersedia	<i>Spring bed</i> yang banyak dicari konsumen
		35. Musterring 36. Ocean 37. Quantum 38. Resta 39. Romance 40. Serta 41. Silent Night 42. Simmons 43. Sleeps Dream 44. Slumberland 45. Spring Air 46. Springville 47. Super koil 48. Tempur 49. The Luxe 50. Uniland 51. Violand 52. Vono 53. Westin	
8	Mulia Makmur <i>Furniture</i> , Citeureup	1. Uniland 2. Quantum 3. Alga 4. Spring Air 5. Airland 6. Florence 7. Serta 8. Romance 9. Tempur 10. Quantum	1. Spring Air 2. Uniland 3. Alga
9	Eka Daya Mebel, Bogor	1. Uniland 2. Quantum 3. Silent Dream 4. Romance 5. Alga 6. Tempur 7. Gudho	1. Uniland 2. Quantum 3. Gudho 4. Alga
10	Central Castelindo <i>Furniture</i> , Bandung	1. Uniland 2. Quantum 3. Bigland 4. Lady Americana 5. Serta 6. Airland 7. Elephant	1. Uniland 2. Quantum 3. Bigland

NO	Nama Toko	<i>Spring Bed</i> yang tersedia	<i>Spring bed</i> yang banyak dicari konsumen
11	Fukkin <i>Furniture</i> , Bandung	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uniland</li> <li>2. Quantum</li> <li>3. Elephant</li> <li>4. Comforta</li> <li>5. Airland</li> <li>6. Bigland</li> <li>7. Serta</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uniland</li> <li>2. Quantum</li> <li>3. Serta</li> <li>4. Comforta</li> </ol>
12	Jaya Makmur Abadi <i>Furniture</i> , Cibinong	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Spring Air</li> <li>2. Uniland</li> <li>3. Royal</li> <li>4. Airland</li> <li>5. Lady Americana</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Spring Air</li> <li>2. Uniland</li> </ol>
13	Indah <i>Furniture</i> , Depok	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Royal</li> <li>2. Bosland</li> <li>3. Uniland</li> <li>4. Comforta</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Royal</li> <li>2. Bosland</li> <li>3. Uniland</li> </ol>
14	Kings <i>Furniture</i> , Depok	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comforta</li> <li>2. Uniland</li> <li>3. Bigland</li> <li>4. Quantum</li> <li>5. Serta</li> <li>6. Alga</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comforta</li> <li>2. Uniland</li> <li>3. Alga</li> </ol>
15	Simpaty <i>Furniture</i> , Tangerang	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uniland</li> <li>2. Gudho</li> <li>3. Gajah</li> <li>4. Comforta</li> <li>5. Springbed</li> <li>6. Elephant</li> <li>7. Quantum</li> <li>8. Florence</li> <li>9. Spring Air</li> <li>10. Serta</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uniland</li> <li>2. Gudho</li> <li>3. Quantum</li> <li>4. Spring Air</li> </ol>
16	Mahkota Baru <i>Furniture</i> , Ciledug	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uniland</li> <li>2. Quantum</li> <li>3. Serta</li> <li>4. Bigland</li> <li>5. Comforta</li> <li>6. Florence</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uniland</li> <li>2. Quantum</li> <li>3. Bigland</li> </ol>

**Tabel 3.5 Data *Spring Bed* yang Dijuan Di Toko Retail**

### 3.3.1.3 Mempelajari Proses Produksi

Dalam sehari PT Quantum dapat memproduksi 700-1.100 lembar *spring bed*, tergantung pada permintaan dari konsumen. Proses produksi *spring bed* terdiri dari beberapa tahap. Tahap-tahap tersebut akan dijelaskan lebih rinci pada penjelasan berikut ini.

#### 1. Tahap Pertama



Sumber : Data Primer

**Gambar 3.5 Lapisan Kayu untuk *Mattress***

Pada tahap awal diberikan lapisan kayu yang sudah diolah atau yang biasanya disebut divan sebagai alas dari *mattress*. Bagian ini sangat bermanfaat agar dapat dengan mudah untuk mengkaitkan kaki kaki kasur dengan baut, selain itu menkaitkan dengan lapisan per atau pegas agar *mattress* lebih kuat dan tahan lama.



## 2. Tahap Kedua



Sumber : Data Primer

### **Gambar 3.6 Proses Pelapisan Kain dengan Divan**

Pada tahap ini divan dilapisi oleh selembar kain sebagai pelapis yang nantinya akan di kaitkan dengan per atau pegas. Dalam proses ini kain lapisan ini harus dikaitkan pada setiap sisi agar lapisan kain dapat menempel dengan sempurna.

### 3. Tahap Ketiga



Sumber : Data Primer

#### **Gambar 3.7 Proses Mengkaitkan Per dangan Divan**

Setelah itu taruh per atau pegas yang sudah disusun diatas divan yang sudah dilapisi kain tadi, kemudian dikaitkan dengan pengait pada setiap kerangka kayu (divan) tersebut. Dalam pengaitan ini merupakan bagian yang cukup penting dalam proses pembuatan *spring bed*. Karena pada bagian ini pengkait harus tempelkan pada divan secara baik dan pada posisi yang tepat. Karena jika tidak makan per atau pegas akan mudah lepas. Hal inilah yang sering terjadi pada *spring bed* lainnya yang pernya menjalur keluar hingga menembus ke bagian atas *spring bed*.

#### 4. Tahap Keempat



Sumber : Data Primer

#### **Gambar 3.8 Proses Pelapisan Busa dengan Per atau Pegas**

Setelah per dan divan berhasil dikaitkan dengan sempurna, tahap berikutnya ialah melapisi bagian atas per dengan busa tipis, lalu kemudian dikaitkan lapisan tersebut dengan rapi. Pada proses ini berfungsi untuk melindungi lapisan berikutnya agar tidak cepat rusak. Karena pada proses sebelumnya bagian atas per juga diberi pengait agar per tidak mudah lepas. Karena bagian atas sering mengalami gesekan maka dari itu untuk mencegah terjadinya kerusakan baiknya diberi lapisan tambahan lagi sebelum menaruh lapisan atas *spring bed*.

#### 5. Tahap Kelima

Setelah melapisi bagian atas per dengan busa tipis, kemudian lapisi seluruh bagian dengan busa yang sebelumnya sudah diolah dengan mesin seperti gambar berikut ini :

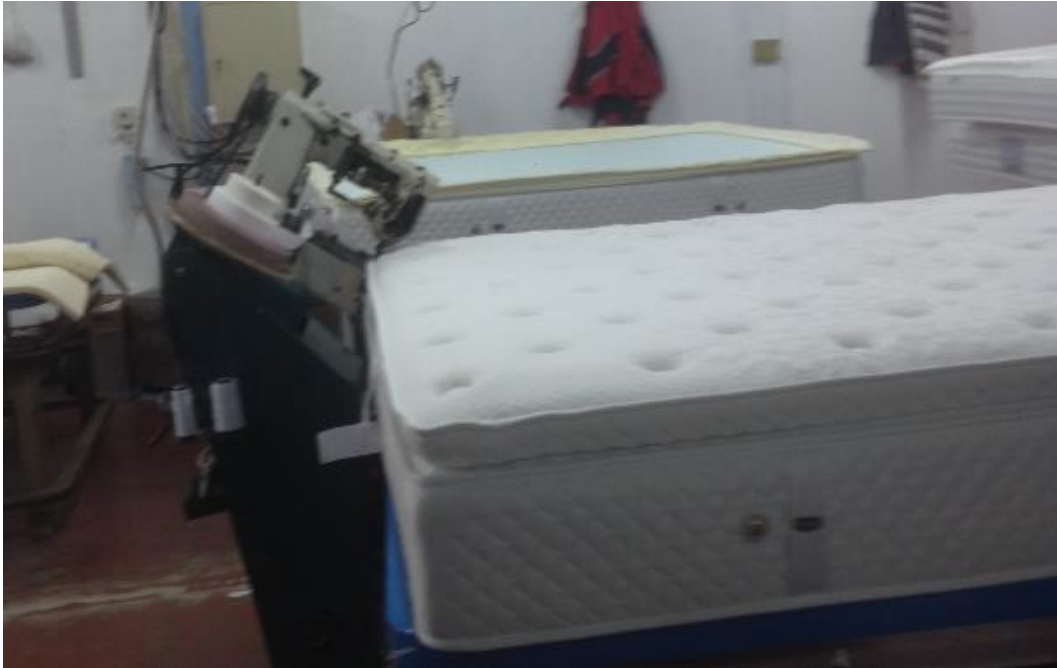


Sumber : Data Primer

### **Gambar 3.9 Busa dan Kain yang Dijahit dengan Menggunakan Mesin**

Pada gambar 3.7 ini busa dan kain secara bersamaan dijahit dengan pola yang sudah tersistem dimesin tersebut. Pola pada lapisan atas dari *spring bed* ini memiliki beragam macam pola. Setiap jenis kasur yang diproduksi memiliki satu pola sendiri. Dan juga setiap jenis *spring bed* juga menggunakan jenis kain yang berdeda juga.

## 6. Tahap Keenam



Sumber : Data Primer

### **Gambar 3.10 Proses Pengobrasan**

Setelah semua lapisan sudah dipasang kemudian *spring bed* dijahit lagi pada bagian pinggirnya seperti gambar 3.8 dibawah. Dalam proses ini biasanya disebut dengan sistem *obrass* dimana lapisan satu dengan lapisan lainnya dijahit secara rapi sehingga menghasilkan *finishing* yang sempurna. Pada pemberian label *brand* juga dilakukan pada proses pengoberasan ini.

## 7. Tahap Ketujuh



Sumber : Data Primer

### Gambar 3.11 Proses Pengecekan

Tahap terakhir merupakan tahap *quality control* (pengecekan). Pada tahap ini produk dicek secara rinci sebelum dibungkus dengan plastik. Hal-hal yang harus dicek ialah jahitan, label *brand*, dan sirkulasi udara yang berada di samping *mattress*.

#### 3.3.1.4 Mendata dan Mempelajari Proses Pengiriman

Dalam Proses ini penulis mempelajari mengenai aturan-aturan dalam proses pengiriman. Dalam kegiatan ini penulis mendata masing-masing kendaraan yang dipakai oleh perusahaan dalam melakukan pengiriman. Berikut adalah data yang penulis dapatkan:

Jenis kendaraan	ukuran bak atau box			Sekali muat	Tujuan pengiriman
	Panjang	Lebar	tinggi		
Mobil engkel	3,4 m	1,6 m	40 cm	10 set	Jabodetabek
Mobil kodesel	4,2 m	1,85 m	1,4 m	11 set	Jabodetabek
Mobil Fuso	6 m	2,2 m	2 m	24 set	Luar kota (Sekitar Jawa)
Kontainer 20 feet	5,6 m	2,3 m	2,4 m	21 set	Luar pulau atau negri
Kontainer 40 feet	12 m	2,4 m	2,6 m	40 set	Luar pulau atau negri
kontainer 40 feet (high)	12 m	2,3 m	2,9 m	45 set	Luar pulau atau negri
* 1 set + 1 <i>mattress</i> + <i>divan</i> + <i>Headboard</i>					

Sumber : Data primer

### Tabel 3.6 Data Jenis Kendaraan yang Dipakai untuk Melakukan Pengiriman

Dari tabel 3.4 diatas dapat dilihat untuk melakukan pengiriman ke JABODETABEK (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi) dapat menggunakan jenis kendaraan engkel dan kodesel dengan maksimal muatan 10-11 set, sedangkan untuk pengiriman keluar kota seperti ke Bandung, Jogjakarta, Surabaya, Semarang dan sekitar jawa dapat menggunakan kendaraan Fuso dengan maksimal muatan 24 set *spring bed*.

Selain itu untuk pengiriman keluar pulau bahkan keluar negri dapat menggunakan kendaran kontainer. Kendaraan kontainer ini terdapat beberapa jenis yang dibedakan berdasarkan panjang box muatannya. Jika permintaan sekitar 20 set dapat menggunakan kontainer 20 feet, sedangkan jika permintaan mencapai 40-45 set dapat menggunakan kontainer 40 feet.



Sumber : Data Primer

### **Gambar 3.12 Proses Pengiriman**

Pada gambar 3.10 dapat dilihat petugas sedang memasukkan dan menyusun barang ke dalam kontainer. Pada bagian ini penulis juga diminta untuk melakukan pengecekan pengiriman tujuan ke Ceko dengan menggunakan kontainer 20 feet yang dibina oleh *supervisor* saya.

#### **3.3.1.5 Bertemu dengan *Client***



Sumber: Data Primer

### **Gambar 3.13 Bertemu dengan *Client***





Sumber : Data Primer

### **Gambar 3.14 Bertemu dengan *Client***

Pada gambar 3.13 dibawah ini penulis mendapat pengetahuan tambahan mengenai cara bernegosiasi yang baik dengan *buyer*. Sedangkan pada gambar 3.14 diatas, penulis diminta untuk membantu menemani *client* dari Ceko bersama atasan selama beberapa hari.

#### 3.3.1.6 Bertemu dengan *Agency Advertising*

Dalam kegiatan ini penulis diminta untuk menemani Bapak Sidhi untuk melakukan pertemuan dengan *agency advertising* dari PT Satu Media Pratama Citra. Dalam pertemuan ini penulis Bapak Sidhi dan *agency advertising* membahas beberapa media yang dapat digunakan sebagai alat promosi PT Quantum Tosan Internasional. Media yang dapat digunakan antara lain media televisi, radio, baliho dan *website*. *Agency* tersebut membahas mengenai *benefit* dan biaya dari masing-masing media. Dari beberapa media diatas televisi dan baliho merupakan dua media dengan biaya paling mahal, dikuti dengan radio dan *website*.

Setelah dijelaskan oleh *agency advertising* Bapak Sidhi memutuskan untuk mencoba memilih media televisi sebagai sarana *advertising* yang cocok untuk PT Quantum Tosan Internasional. Menurut Bapak Sidhi memasang iklan di televisi pada jam-jam siang merupakan pilihan yang tepat. Karena selain biayanya cukup murah dibandingkan jam malam, memasang iklan pada jam 09:00 – 13:00 kebanyakan ditonton oleh ibu-ibu. Bapak Sidhi berpendapat bahwa dalam rumah tangga istri memiliki porsi yang cukup besar dalam pengambilan keputusan pembelian. Jadi jika istri tertarik dengan produk yang ditawarkan istri akan mencoba membujuk suaminya untuk membeli produk tersebut. Kesimpulan ini Bapak Sidhi temukan berdasarkan pengalamannya sendiri dalam menerima pemesanan dari tetangga, keluarga dan kerabat terdekatnya.

Karena Bapak Sidhi sudah memutuskan mencoba media televisi sebagai sarana promosi, kemudian pihak *agency* menjelaskan lebih rinci lagi bagaimana sekiranya iklan yang akan ditayangkan terlihat lebih menarik. *Agency* menjelaskan bahwa mereka memiliki tim kreatif yang dapat mengemas iklan-iklan menjadi menarik untuk ditonton. Lalu kemudian *agency* menanyakan kepada Bapak Sidhi apakah ada masukan khusus atau saran dalam pembuatan iklan tersebut. Sambil menunggu jawaban dari Bapak Sidhi, *agency* tersebut memberikan penulis dan Bapak Sidhi sebuah sampel dari salah satu iklan yang pernah mereka buat untuk Garuda Indonesia yang meminta untuk dibuatkan iklan yang menunjukkan adat dan budaya Indonesia dalam pembuatan iklannya.

Selain itu *agency* juga menjelaskan iklan dapat diputar disaluran televisi manapun namun jika PT Quantum hanya memasang iklan hanya disaluran Trans Tv

saja maka akan mendapatkan potongan harga karena PT Satu Media Pratama Citra mempunyai hubungan yang baik dengan Trans tv.

Setelah mendengarkan penjelasan tersebut Bapak Sidhi memutuskan untuk membicarakan terlebih dahulu dengan perusahaan sebelum melakukan kesepakatan dengan PT Satu Media Pratama Citra tersebut. Hingga di akhir rapat Bapak Sidhi mengatakan akan dan menghubungi pihak *agency* kembali apabila mendapat persetujuan dari perusahaan.

Setelah mendengarkan presentasi dari *agency*, Bapak Sidhi tertarik dan mencoba untuk membicarakan kepada atasannya terlebih dahulu. melakukan diskusi dengan para *manager* beserta atasan. Namun sayangnya keputusan atasan berbeda dengan pendapat Bapak Sidhi. Atasan Bapak Sidhi menolak untuk melakukan promosi melalui televisi dengan alasan biaya yang harus dikeluarkan terlalu besar dan kurang efektif. Dan akhirnya atasan Bapak Sidhi memutuskan untuk mencari solusi lain dalam meningkatkan *brand awareness* perusahaan dengan menggunakan biaya yang minim dengan manfaat yang besar.

### 3.3.2 Kendala yang Ditemukan

#### 3.3.2.1 Product Knowledge

Kendala yang penulis dapat dari mempelajari *product knowledge* adalah penulis mengalami kebingungan dalam mempelajari bagian-bagian dari spring bed tersebut karena tiap bagian mempunyai berbagai jenis dan cukup membingungkan.

### 3.3.2.2 Melakukan Observasi ke Toko Retail

Dalam melakukan observasi ke toko-toko tempat pendistribusian ini, penulis awalnya mengalami kebingungan dalam mengingat toko-toko tradisional yang penulis kunjungi.

### 3.3.2.3 Mengawasi Proses Produksi

Dalam mempelajari proses produksi, penulis memiliki kendala dalam mengawasi apakah bahan atau kain pelapis yang digunakan sesuai atau tidak.

### 3.3.2.4 Mendata dan Mempelajari Proses Pengiriman

Dalam melakukan kegiatan ini penulis kesulitan dalam memahami kode kode produksi dari masing-masing produk, sehingga pada saat mengecek pengiriman penulis harus dibina agar tidak terjadi kesalahan.

### 3.3.2.5 Bertemu dengan *Client*

Dalam menjalani kegiatan ini, penulis mengalami kesulitan dalam mengatur waktu yang tepat untuk membuat pertemuan dan juga sering terjadi keterlambatan karena kendala kemacetan lalu lintas.

### 3.3.2.6 Bertemu dengan *Agency Advertising*

Dalam melakukan kegiatan ini penulis mengalami kesulitan dalam menentukan media apa yang paling tepat untuk meningkatkan *brand awareness* perusahaan.

## 3.3.3 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

### 3.3.3.1 *Produk Knowledge*

Solusi dari masalah ini ialah penulis sebaiknya menyusun jenis dari *headboard* tersebut agar kelihatan lebih menarik untuk dilihat dan dipahami. Sehingga

pada saat ingin mencari *headboard* yang diinginkan penulis dapat mengenal jenisnya dengan cepat.

#### 3.3.3.2 Melakukan Observasi ke Toko Retail

Solusi dari kendala ini adalah penulis harus mencatat dengan rapi nama toko retail yang dikunjungi beserta disertakan data yang diperlukan seperti berapa banyak yang membeli produk dari PT Quantum Tosan Internasional.

#### 3.3.3.3 Mengawasi Proses Produksi

Solusi dalam mengatasi kendala ini adalah penulis sebaiknya mencatat secara rinci mengenai komponen-komponen apa saja yang diperlukan untuk memproduksi *mattress* disetiap variannya.

#### 3.3.3.4 Mendata dan Mempelajari Sistem Pengiriman

Solusi dalam mengatasi kendala ini adalah penulis sebaiknya mencatat dengan rapi kode-kode pengiriman dari perusahaan agar pada saat melakukan pengecekan pengiriman penulis tidak lagi kebingungan.

#### 3.3.3.5 Menemani Atasan Bertemu *Client*

Solusi dalam mengatasi permasalahan ini adalah penulis sebaiknya dapat menguasai bahasa asing dengan lebih baik lagi terutama bahasa inggris agar komunikasi dengan *client* tidak terhambat

#### 3.3.3.6 Bertemu dengan *Agency Advertising*

Solusi dalam mengatasi permasalahan ini adalah penulis sebaiknya melakukan diskusi terlebih dahulu sehingga penulis mendapatkan masukan dari orang lain. Dengan demikian penulis dapat dalam menentukan secara kritis media apa yang baik dan bermanfaat untuk digunakan.

### 3.4 Peranan *Advertising* untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Produk

#### *Quantum Spring Bed*

*Advertising* merupakan salah satu media promosi yang sangat bermanfaat dalam meningkatkan *brand awareness* suatu perusahaan. Selain itu dengan melakukan *advertising* dapat menciptakan pasar yang baru untuk perusahaan sehingga perusahaan dapat memperbesar usahanya dengan lebih baik lagi.

*Advertising* sangat dibutuhkan oleh PT Quantum Tosan Internasional karena dapat mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihan mereka pada saat ingin melakukan sebuah pembelian *spring bed*. Semakin kuat *brand awareness* suatu perusahaan maka semakin kuat pula konsumen akan mengingat *brand* tersebut dibenak mereka sehingga pada saat akan melakukan pembelian produk dalam satu kategori konsumen akan langsung mengingat produk tersebut.

*Advertising* yang pernah dilakukan oleh PT Quantum Tosan Internasional adalah *advertising* melalui media televisi pada era 2000-an melalui salah satu acara program keluarga “Famili 100” sebagai sponsor utama selama 3-4 tahun. Selain itu, perusahaan juga melakukan promosi iklan dikoran serta majalah kawasan atau masajah khusus properti seperti Cibubur, Serpong, Kelapa Gading dan kota-kota lainnya. Promosi melalui majalah kawasan ini cukup menjadi andalan bagi PT Quantum Tosan Internasional karena pada setiap wilayah tersebut itu ada toko retail yang menyimpan produk Quantum dan Uniland, sehingga pembeli tidak akan kesulitan untuk mencarinya.

Dengan terus mengandalkan metode *advertising* seperti itu akan membuat konsumen merasa bosan dan melupakan *brand* dan produk PT Quantum. Oleh karena

itu sebaiknya PT Quantum memerlukan metode *advertising* baru untuk menarik kembali perhatian konsumennya. Dengan demikian dapat memperbaiki kondisi *brand awareness* perusahaan saat ini sudah tidak sekuat dulu ketika memasang iklan di acara Family 100.

Pada jaman yang serba digital ini sudah mempengaruhi pola dan gaya hidup sebagian masyarakat. Dapat kita lihat pada saat ini konsumen tidak perlu lagi untuk keluar rumah jika ingin berbelanja. Mereka lebih menyukai cara baru berbelanja dengan melakukan pemesanan secara online. Pemesanan secara online ini dinilai lebih praktis dan menghemat waktu. Terlebih bagi konsumen yang memiliki rutinitas yang padat yang membuatnya tidak memiliki waktu untuk berbelanja di pusat perbelanjaan.

Melihat situasi tersebut membuat beberapa toko retail mulai memasang barang-barang dagangannya secara online. Toko – toko retail tersebut memasang barang dagangannya melalui media sosial dan forum online atau *website* pribadinya. Hal ini juga diterapkan pada beberapa toko pendistribusian PT Quantum. Beberapa toko *furniture* sudah membuat website sendiri untuk memudahkan konsumennya dalam memilih produk yang diinginkan. Sehingga ada juga yang menjual barang dagangannya di Kaskus dan Tokobagus.

Oleh karena itu pihak perusahaan tidak menggunakan sistem promosi melalui media online lagi dengan alasan, perusahaan berupaya menghindari konflik dengan para agen dan toko distributor yang menjual produk Quantum dan Uniland selain itu perusahaan dapat menghemat biaya *advertising* dalam mempromosikan *spring bed*-nya secara online dengan mengizinkan toko retail dan toko distributor memasang barang

dagangannya di forum dan situs mereka. Sehingga hal tersebut sangatlah menguntungkan bagi perusahaan dalam membesarkan nama perusahaannya.

Demi mendukung hal tersebut sebaiknya perusahaan mencoba untuk membuat suatu aplikasi pemesanan secara online yang dikhususkan untuk toko-toko distributor (bukan untuk pemesanan ke *end user*) PT Quantum Tosan Internasional. Dengan demikian, selain mempermudah pemilik toko dalam mengorder pemesanan mereka, dalam hal ini perusahaan dipermudah dalam mencatat dan mendata transaksi secara rinci dan detail disetiap toko distributornya. Sehingga perusahaan dapat dengan mudah mengetahui toko distributor mana yang memiliki penjualan terbanyak yang berhak mendapatkan insentif atau *reward* dari perusahaan.

Sesuai dengan era dan gaya hidup masyarakat saat ini yang serba canggih dan cepat, peluncuran aplikasi tersebut tentunya akan sangat bermanfaat untuk kedepannya. Dalam menerapkan aplikasi pemesanan khusus untuk para toko distributor dengan menggunakan sistem operasional yang *user friendly*, diyakini bahwa dengan menerapkan hal tersebut akan mengundang daya tarik bagi toko-toko distributor lainnya yang kebanyakan dipegang oleh generasi muda untuk menggunakannya aplikasi tersebut.