



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:

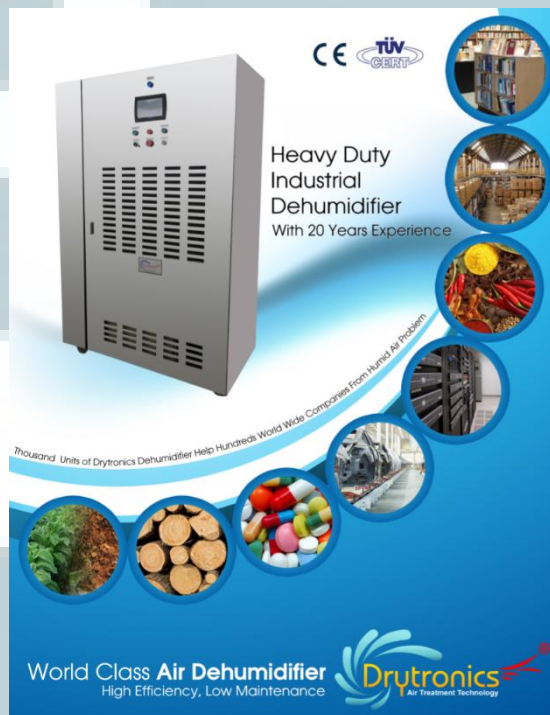
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah singkat perusahaan

PT. Drytronics Indonesia merupakan perusahaan *trading* yang bergerak dalam industri non-migas berupa peralatan elektronik. Peralatan tersebut termasuk dalam kategori HVACR (*Heating, Ventilating, Air Conditioning and Refrigeration*) yang melakukan kegiatan impor kemudian dijual secara domestik maupun internasional.



Sumber: PT Drytronics Indonesia

Gambar 2.1 PT Drytronics Indonesia

Drytronics Indonesia didirikan pada tahun 2013 oleh Bapak Thori Tumborang, kegiatan utama Drytronics Indonesia adalah melakukan

assembly material produk yang telah diimpor dari produsen untuk kemudian dijual secara domestik dan internasional (ekspor). Drytronics Indonesia memiliki beberapa pelanggan yang telah membeli dan menggunakan produk *air dehumidifier*, sekaligus perusahaan dimana Drytronics Indonesia mengimpor komponen – komponen yang dibutuhkan untuk proses *assembly*:



Sumber: <http://www.drytronics.com>

Gambar 2.2 Valued Customers dan Components Support Drytronics Indonesia

Perusahaan yang bekerja sama dengan Drytronics Indonesia merupakan perusahaan yang besar seperti DAIKIN dan PANASONIC sehingga kualitas dan kredibilitas produk *air dehumidifier* terjamin. Produk utama Drytronics Indonesia

adalah *air dehumidifier* yakni alat yang digunakan untuk menghilangkan kelembapan dalam sebuah ruangan.

Setiap produk memiliki spesifikasi masing – masing yang disesuaikan dengan kegunaannya. Dari kegunaan tersebut, Drytronics Indonesia merakit produk berdasarkan kapasitas dan fungsinya sehingga dibagi menjadi beberapa tipe produk *air dehumidifier*. Berikut beberapa tipe produk *air dehumidifier* Drytronics Indonesia yang dipasarkan baik secara industrial maupun secara komersil.



Sumber: PT Drytronics Indonesia

Gambar 2.3 Industrial Dehumidifier

Pada gambar 2.3, ditunjukkan *air dehumidifier* Drytronics Indonesia versi industrial. Produk tersebut dijual kepada pabrik – pabrik atau *workshop* yang berukuran besar. Dengan kata lain, produk industrial dipasarkan kepada sesama perusahaan (B2B). Selain industrial, Drytronics Indonesia juga menyediakan produk *air dehumidifier* versi komersial yang disebut sebagai *home and commercial dehumidifier*.



Home Dehumidifier

Drytronics DTD200
Specification :

MODEL NO	DTD200
Dehumidifying Capacity	18 L/D
Voltage / Cycle	220V/50Hz
Power Input (W)	350 W
Cryogen	R134a
Applied Area	10-20 m ²
Operating Temperature	5-38°C
Compressor	Reciprocating
Gross Weight	17 Kg
Net Weight	15 Kg
Dimension (L*W*H) mm	245*345*613 mm

Features :

- Compressor 3 minutes Automatic time delay protection
- Environment protection refrigerant R134a
- Intelligent microcomputer control system
- Moisture set 40-90%
- Moisture automatic control, automatic defrosting
- Tank or soft pipe
- Universal wheel foot, move easily
- LED Show, Elegant Appearance
- Time switch machine, power cut memory function

Drytronics DTD300/500
Specification :

MODEL NO	DTD300	DTD500
Dehumidifying Capacity	30 L/D	50 L/D
Voltage / Cycle	220V/50Hz	220V/50Hz
Power Input (W)	580 W	780 W
Cryogen	R134a	R134a
Applied Area	30-40 m ²	50-60 m ²
Operating Temperature	5-38°C	5-38°C
Compressor	Reciprocating / Rotary Compressors	
Gross Weight	28 Kg	33 Kg
Net Weight	25 Kg	30 Kg
Dimension (L*W*H) mm	460*350*630	460*350*630

Features :

- Compressor 3 minutes Automatic time delay protection
- Environment protection refrigerant R134a
- Intelligent microcomputer control system
- Moisture set 40-90%
- Moisture automatic control, automatic defrosting
- Tank or soft pipe
- Universal wheel foot, move easily
- LED Show, Elegant Appearance
- Time switch machine, power cut memory function

Sumber: PT Drytronics Indonesia

Gambar 2.4 *Home Dehumidifier*

Home dehumidifier dijual untuk digunakan secara pribadi, air dehumidifier dapat digunakan di rumah karena berukuran lebih kecil serta menggunakan

kapasitas air yang lebih sedikit dibandingkan komersial dan industrial, maka dari itu lebih cocok digunakan pada perumahan.



Commercial Dehumidifier

Drytronics 1000/1500

Specification :

MODEL NO	DTD1000	DTD1500
Dehumidifying Capacity	100 L/D	138 L/D
Voltage / Cycle	220V/50Hz	220V/50Hz
Power Input (W)	1650 W	1750 W
Cryogen	R134a	R134a
Applied Area	80-100 m ²	100-140 m ²
Operating Temperature	5-38°C	5-38°C
Compressor	Reciprocating / Rotary Compressors	
Gross Weight	53 Kg	53 Kg
Net Weight	58 Kg	58 Kg
Dimension (L*W*H) mm	414*520*999	414*520*999

Features :

- Compressor 3 minutes Automatic time delay protection
- Environment protection refrigerant R134a
- Intelligent microcomputer control system
- Moisture set 10-95%
- Moisture automatic control, automatic defrosting
- Soft pipe
- Universal wheel foot, move easily
- LED Show, elegant Appearance
- Time switch machine, power cut memory function



Drytronics DTD2000

Specification :

MODEL NO	DTD2000
Dehumidifying Capacity	156 L/D
Voltage / Cycle	220V/50Hz
Power Input (W)	2700 W
Cryogen	R134a
Applied Area	220-250 m ²
Operating Temperature	5-38°C
Compressor	Reciprocating / Rotary Compressors
Gross Weight	94 Kg
Net Weight	90 Kg
Dimension (L*W*H) mm	534*600*1195 mm

Features :

- Compressor 3 minutes Automatic time delay protection
- Environment protection refrigerant R134a
- Intelligent microcomputer control system
- Moisture set 10-95%
- Moisture automatic control, automatic defrosting
- Tank or soft pipe
- Universal wheel foot, move easily
- LED Show, Elegant Appearance
- Time switch machine, power cut memory function

Sumber: PT Drytronics Indonesia

Gambar 2.5 Commercial Dehumidifier

Untuk dehumidifier komersil, dijual kepada toko atau perusahaan kantor yang membutuhkan kelembapan sebuah ruangan dihilangkan. Versi komersil ditujukan kepada perkantoran yang memiliki ruang server atau ruang IT yang menggunakan perangkat komputer, karena perangkat komputer mengeluarkan hawa panas yang menyebabkan kelembapan dalam sebuah ruangan meningkat.

Berikut *price list* dari produk *air dehumidifier* untuk jenis *home*, *commercial* dan *industrial* berdasarkan tipenya:

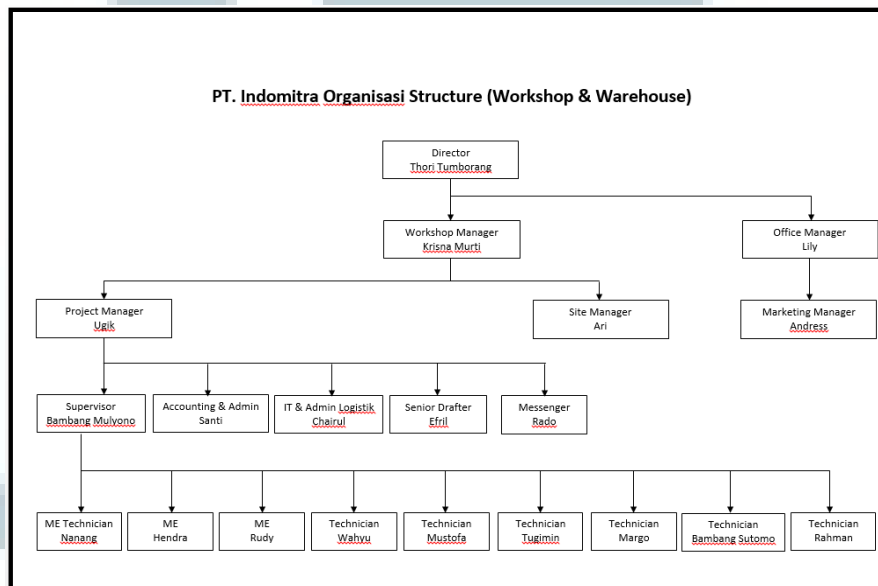
PRICE LIST DEHUMIDIFIER & DRYING DEHUMIDIFIER BERLAKU MULAI 1 FEBRUARI 2016						
NO	TYPE	JENIS	KAP	AREA	POWER	PRICE (Rp)
1	DTD 200	DEHUMIDIIFER	16 L / D	10-16 M ²	240 W / 220 V	4.620.000
2	DTD 300	DEHUMIDIIFER	38 L / D	16-40 M ²	560 W / 220 V	8.400.000
3	DTD 500	DEHUMIDIIFER	50 L / D	50-80 M ²	700 W / 220 V	14.700.000
COMMERCIAL						
4	DTD 1500	DEHUMIDIIFER	138 L / D	90-140 M ²	1550 W / 220 V	22.575.000
5	DTD 2000	DEHUMIDIIFER	158 L / D	140-160 M ²	2000 W / 220 V	23.730.000
WALL MOUNTED						
6	DTD 1500 W	DEHUMIDIIFER	138 L / D	90-140 M ²	1550 W / 220 V	28.560.000
7	DTD 2000 W	DEHUMIDIIFER	158 L / D	140-160 M ²	2000 W / 220 V	30.492.000
INDUSTRIAL						
8	DTD 6,8 DT	DEHUMIDIIFER	6,8 L / H	160-200 M ²	3000 W / 220 V	30.475.000
9	DTD 10 KT	DEHUMIDIIFER	10 L / H	200-300 M ²	4900 W / 380 V	32.230.000 ✓
10	DTD 15 KT	DEHUMIDIIFER	15 L / H	300-400 M ²	7200 W / 380 V	51.040.000
11	DTD 20 KT	DEHUMIDIIFER	20 L / H	400-600 M ²	10000 W / 380 V	57.860.000
12	DTD 30 KT	DEHUMIDIIFER	30 L / H	600-800 M ²	15000 W / 380 V	87.780.000
13	DTD 40 KT	DEHUMIDIIFER	40 L / H	800-1000 M ²	20200 W / 380 V	105.600.000

Sumber: PT Drytronics Indonesia

Gambar 2.6 Price List Industrial dan Commercial Air Dehumidifier

2.2 Struktur organisasi perusahaan

Struktur organisasi PT Drytronics Indonesia dipimpin oleh Director sekaligus owner yakni Bapak Thori Tumboran. Berikut Struktur organisasi secara lengkap:



Sumber: PT. Drytronics Indonesia

Gambar 2.7 Struktur Organisasi PT. Drytronics Indonesia

Susunan dari struktur organisasi PT Drytronics Indonesia ditunjukkan pada gambar 2.7. Setiap jabatan memiliki fungsinya masing – masing. Berikut merupakan fungsi dari setiap peran dalam Drytronics Indonesia:

Tabel 2.1 Fungsi dari Setiap Peran dalam PT Drytronics Indonesia

POSISI MANAJERIAL	NAMA	KETERANGAN
<i>Director</i>	Thori Tumborang	1. Mengawasi pekerjaan yang dilakukan oleh setiap divisi 2. Melakukan kegiatan penawaran produk kepada perusahaan Internasional di luar Indonesia
<i>Office Manager</i>	Lily	1. Mengawasi pekerjaan yang dilakukan oleh setiap divisi dibawah posisinya 2. Memberikan <i>approval</i> mengenai setiap penawaran yang dilakukan oleh perusahaan
<i>Marketing Manager</i>	Andress	1. Menawarkan produk kepada perusahaan lain 2. Mengawasi kinerja <i>marketing officers</i> 3. Membuka <i>stand</i> pada event baik dalam maupun luar Indonesia
<i>Site Manager</i>	Ari	1. Mengatur dan mengawasi kinerja di lapangan 2. Memberikan arahan kepada para staff dalam merakit produk - produk
<i>Project Manager</i>	Ugik	1. Mengatur dan mengawasi keadaan proyek yang dilakukan oleh perusahaan 2. Memberikan keputusan dalam menjalankan atau menghentikan sebuah proyek
<i>Supervisor</i>	Bambang	1. Mengawasi dan mengontrol

POSISI MANAJERIAL	NAMA	KETERANGAN
	Mulyono	kinerja setiap pegawai 2. Memberi laporan kepada Director mengenai masalah di perusahaan 3. Berhak memberikan sanksi kepada pegawai yang tidak bekerja dengan baik
<i>Accounting & Admin</i>	Santi	1. Menyusun laporan keuangan perusahaan 2. Memberikan laporan keuangan perusahaan kepada <i>office manager</i> untuk di <i>approve</i> 3. melayani telepon dari pelanggan
<i>IT & Head Logistics</i>	Chairul	1. Membangun infrastruktur IT dari kantor 2. Mengurus setiap peralatan komputer atau hal lain yang bersangkutan dengan IT di dalam kantor 3. Mengatur kegiatan logistik yang dilakukan oleh perusahaan dalam merakit dan mengirim produk
<i>Senior Drafter</i>	Efril	1. Menggambar rakit produk serta cara paling tepat dalam merakit produk 2. Mengawasi <i>drafter</i> lain dalam bekerja serta mengevaluasi hasil <i>draft</i>
<i>Messenger</i>	Rado	1. Mengirim dokumen berupa surat – surat penawaran dan laporan kepada Director atau perusahaan lain yang dituju
<i>ME (Mechanical Engineer)</i>	Nanang, Hendra, Rudy	1. Merakit bahan – bahan yang dibutuhkan produk dari beberapa material menjadi sebuah produk yang siap dijual

POSISI MANAJERIAL	NAMA	KETERANGAN
		2. Menjaga kondisi alat berat dan mesin – mesin yang dibutuhkan dalam perakitan produk
<i>Technician</i>	Wahyu, Mustofa, Tugimin, Margo, Bambang Sutomo, Rachman	1. Menjaga kondisi mesin dan alat berat yang digunakan untuk produksi dan perakitan barang 2. Merakit produk untuk dijual

2.3 Tinjauan Pustaka

2.3.1 Personal Selling

Personal selling merupakan salah satu dari delapan *marketing communication mix* yang merupakan teknik komunikasi dalam marketing dimana *marketer* berinteraksi secara langsung kepada calon pembeli dengan harapan untuk dapat memberikan presentasi, menjawab pertanyaan dan menerima pesanan terhadap produk (Kotler dan Keller, 2012)



Sumber: Kotler dan Keller, 2012

Gambar 2.8 Personal Selling Framework

Menurut gambar di atas, *personal selling* memiliki tujuh langkah untuk menjual produk secara efektif yaitu:

1. *Prospecting and Qualifying*

Langkah pertama dalam melaksanakan *personal selling* dengan efektif adalah untuk mengidentifikasi dan mengkualifikasi prospek (pelanggan yang berpotensi membeli produk) dari *database* perusahaan. Prospek dilakukan dengan menghubungi pelanggan melalui telepon atau *email*.

2. *Preapproach*

Langkah kedua dalam melaksanakan *personal selling* yang efektif adalah menganalisis keadaan prospek. Setelah kualifikasi prospek, perusahaan menganalisa informasi tentang prospek baik dari keadaan finansial maupun keadaan lainnya. Hal ini dilakukan agar saat menawarkan produk, prospek merasa produk bersifat relevan dengan kebutuhannya.

3. *Approach*

Setelah mengetahui preferensi prospek, dekati kembali dengan memberikan penawaran yang sesuai dengan kriteria yang mereka butuhkan. Hal ini membantu *sales* agar prospek merespon dengan positif sehingga menjadi tertarik dengan produk yang ditawarkan.

4. *Presentation and Demonstration*

Langkah keempat adalah melakukan presentasi dan demonstrasi kepada pelanggan dengan menggunakan FABV (*Features, Advantages, Benefits and Value*). *Features* mendeskripsikan keterangan fisik dari sebuah produk, *advantages* mendeskripsikan keunggulan produk dibandingkan pesaing, *benefits*

mendiskripsikan keuntungan yang diberikan oleh produk dari segi ekonomi, teknikal, jasa dan sosial, dan yang terakhir yaitu *value* mendeskripsikan nilai dari produk tersebut yang cenderung menggunakan uang sebagai perbandingan.

5. Overcoming Objections

Pelanggan cenderung kurang setuju atau kurang tertarik terhadap produk yang ditawarkan. Hal ini dikarenakan adanya *psychological resistance* dan *logical resistance* dari pelanggan. *Psychological resistance* dipengaruhi oleh keadaan mental pelanggan sedangkan *logical resistance* dikarenakan harga atau produk tersebut. Cara mengatasi ketidaksetujuan dari pelanggan adalah dengan menanyakan keluhan mereka atas produk dan memberikan solusi kepada keluhan tersebut. Tanyakan alasan dari keluhan mereka dan berikan penjelasan terkait keluhan tersebut dengan membantah bahwa produk memiliki hal seperti keluhan tersebut, sehingga pelanggan kembali tertarik untuk membeli produk. Langkah ini dilakukan untuk menjaga *client* agar tetap memilih produk perusahaan sebagai pilihan utama.

6. Closing

Langkah keenam adalah penjualan produk, dimana pelanggan memesan produk.

Pemasar kemudian menawarkan beberapa pilihan minor seperti warna produk atau spesifikasi khusus lainnya dari produk yang berhak dipilih oleh pelanggan. Langkah ini membantu *client* dalam menetapkan produk yang akan dibeli atau dipesan sesuai dengan keinginan. Pemasar dapat memberikan benefit tambahan seperti potongan harga atau *cash back* agar pelanggan puas dan kembali membeli produk di lain waktu.

7. *Follow-up and Maintenance*

Langkah terakhir dalam *personal selling* yaitu memberikan keterangan mengenai pengantaran produk dari segi jadwal sampai seberapa cepat barang tersebut diantar ke lokasi yang diinginkan oleh pelanggan. Pemasar juga harus siap jika pelanggan menghubungi perusahaan mengenai cara instalasi produk ataupun keluhan lainnya. Langkah ini bertujuan untuk memastikan kepuasan pelanggan terhadap produk.

2.3.2 Business-to-Business (B2B)

Business-to-business atau B2B merupakan salah satu model bisnis dimana terjadinya transaksi antar sesama perusahaan atau organisasi untuk dijual kembali (Kotler dan Armstrong, 2009). B2B juga dapat dilaksanakan dengan menggunakan internet sebagai media transaksi karena lebih mudah dan cepat. Dalam perusahaan B2B, pelanggan yang dituju merupakan sesama perusahaan.

Terdapat beberapa bentuk pelanggan dalam B2B menurut Cannon (Cannon et al., 2008):

1. *Producers of goods and services* seperti perusahaan manufaktur dan pabrik.
2. *Middlemen* yang merupakan perantara untuk konsumen seperti retailer dan *wholesaler*
3. *Government units* yakni pihak pemerintah yang memerlukan produk atau jasa tersebut
4. *Non-profit Organizations* dimana organisasi atau perusahaan yang dibangun dengan tujuan sosial dan tidak mencari keuntungan.

Sebuah organisasi atau perusahaan menentukan pembelian yang dilakukan melalui lima pengaruh utama:

1. *Users*

Pengguna produk yang dibeli oleh perusahaan seperti staff produksi beserta *supervisor* mereka.

2. *Influences*

Bagian dari perusahaan yang memberikan masukan pada spesifikasi produk yang dipesan. R&D (*Research and Development*) serta *engineering* memberikan pengaruh pada spesifikasi produk yang dipesan.

3. *Buyers*

Pihak yang melaksanakan pembelian bagi perusahaan dari segi penawaran sampai kepada *closing*. *Purchasing Manager* berpengaruh kepada proses pembelian produk.

4. *Deciders*

Pihak yang berwenang untuk menentukan pembelian produk. *Deciders* cenderung diwakili oleh *Purchasing Manager* tetapi untuk pembelian dengan biaya yang besar, diwakili oleh *Top Management* seperti CEO.

5. *Gatekeepers*

Seluruh bagian dari perusahaan yang menyebarkan informasi tentang pembelian produk kepada bagian lainnya. Informasi disalurkan mulai dari *Receptionist* sampai kepada *Purchasing Manager*.