

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Perusahaan

PT Global Fishing Tackle merupakan salah satu cabang dari perusahaan dari PT Central Sarana Pancing yang terletak di Kawasan Industri Millennium Blok F2 No.3 Peusar Kec. Panongan Kab Tangerang Banten yang bergerak di bidang usaha penyediaan peralatan memancing dengan beberapa merk yang sudah ternama yaitu Relix Nusantara, CARP LINQ, CAT LINQ dan ReliX . PT Central Sarana Pancing memiliki dua cabang perusahaan yaitu PT Global Fishing Tackle dan PT Central Sarana Pancing purbalingga. PT Global Fishing Tackle ini berdiri sejak tahun 2012 dan saat ini sudah melakukan ekspor ke berbagai belahan dunia seperti turki, jepang, amerika, Australia, Swiss dan lain lain, PT Global Fishing Tackle memiliki beberapa bagian dalam produksi yaitu *Extruding, Braided, Winding, Quality Control, Packaging* dan *Spooling* pada bagian *Extruding* dan *Braided* merupakan tahap awal dalam pembuatan senar perbedaannya adalah dalam bahan baku yang digunakan, *Extruding* menggunakan bahan baku dari biji plastik sedangkan *Braided* menggunakan bahan baku dari benang, *Winding* dan *Quality Control* merupakan bagian pengecekan kualitas terhadap senar yang telah di produksi dari *Extruding* dan *Braided*, *Packaging* merupakan bagian dalam pembuatan suatu kemasan untuk produk sedangkan *Spooling* merupakan suatu bagian dalam melakukan pengemasan produk kedalam packaging. Uniknya dalam penamaan salah satu produk yang di produksi oleh ada brand Relix Nusantara yaitu Lure pancing dalam penamaan berbagai jenisnya menggunakan nama nama staff karyawannya seperti Astuti, Mayang, Dian, Puspita, Sari dan Mutia. PT Global Fishing Tackle juga memiliki taglinenya yaitu “Solusi Mancing Asyik” yang diterapkan juga pada brand Relix Nusantara yang artinya dalam brand tersebut

ingin menjadikan segala bentuk permasalahan dalam memancing di berbagai kondisi apapun pasti solusinya adalah memancing dengan perlengkapan dari Relix Nusantara.

Strategi perusahaan PT Global Fishing Tackle adalah memproduksi senar dengan kualitas tertinggi dan konsisten melalui pengembangan sumber daya manusia yang handal dan profesional, menguasai dan menerapkan teknologi dan pengetahuan yang tepat, memahami dan bekerja sama dengan pelanggannya dengan baik, dan secara terus menerus memperbaiki diri dalam segala aspek usaha, PT Global Fishing Tackle memiliki suatu objektif dalam strateginya yaitu untuk menyamai kualitas *lines* yang diproduksi oleh PT Central Sarana Pancing pada akhir 2012, Untuk mencocokkan tingkat output *Monofilament* line 3 di PT Central Sarana Pancing pada akhir 2012, untuk mengembangkan orang-orang kita secara intensif untuk mencapai tingkat kemampuan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan 1 dan 2, Mengembangkan sistem produksi yang sudah lebih efisien dan lebih baik dari yang ada di PT Central Sarana Pancing melalui penerapan prosedur kerja dan pencatatan yang ketat, Untuk mencapai maksimum 10% total produk *off-grade* dalam jumlah output, Untuk mencapai tingkat limbah maksimum 2%, Untuk mencapai akurasi stok 2% pada akhir 2012, perusahaan tentunya memiliki tim khusus yang dinamakan *X-Team* untuk melakukan pengembangan produk, pengujian, hingga dapat menampung masukan kritik ataupun saran yang diberi oleh para pemancing-pemancing Indonesia yang memiliki hobi yang sama dari berbagai kalangan, perusahaan ini juga tentunya mampu menghadirkan suatu produk dengan harga yang terjangkau yang dapat masuk kepada semua kalangan, konsumen akan mendapatkan harga yang lebih murah dengan produk yang berkualitas dan sesuai dengan kondisi geografis dari berbagai daerah di Indonesia.

PT Global Fishing Tackle memiliki hasil produksi yang berkualitas dengan harga yang murah dan beraneka ragam yang menjadi solusi dalam memancing, produk yang di produksi oleh PT Global Fishing Tackle adalah Joran, Senar, *Accessories* dan Lure.

- Joran merupakan suatu alat pancing yang memiliki fungsi untuk menjadi sandaran pada Reel dan menjadi tempat bertumpunya kenur atau senar, yang bertujuan agar membuat tangan lebih aman dari gesekan ketika melakukan tarikan ketika ikan menyambar, setiap Joran memiliki fungsi kenyamanan yang berbeda-beda maka konsumen dapat memilih Joran berdasarkan jenis kondisi perairan yang dapat menyesuaikan. PT Global Fishing Tackle memiliki berbagai jenis Joran seperti dibawah ini. Terdapat berbagai jenis Joran, dibawah ini merupakan Joran dengan kolaborasi antara Relix Nusantara dengan Andy widjaja yang seorang pemancing yang sudah professional dari komunitas Mancing Mania yang biasa ditayangkan di televisi.



Gambar 2.1 Joran AW Series PE 3 Spinning

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

Pada *series* ini merupakan Joran kolaborasi dengan Andy Widjaja yang memiliki teknik yang lebih unggul apabila melakukan teknik *fast jigging* memiliki kekuatan yang seimbang sehingga ketika digunakan akan terasa nyaman dan serta memiliki daya redam, Joran ini memiliki versi *spinning, overhead* tipe *straight* hingga *spiral guide*, Joran ini memiliki harga Rp.2.600.000,00



Gambar 2.2 AW Series PE 4 OH Straight spiral

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

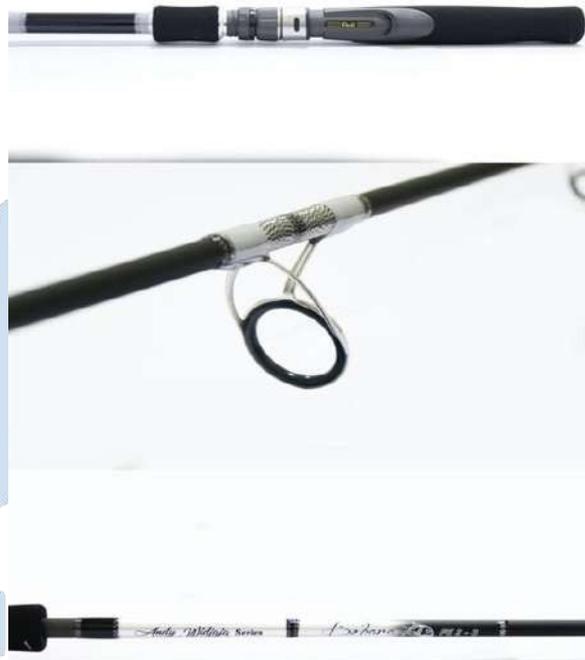
Joran ini merupakan Joran untuk teknik *fast jigging* yang memiliki ketahanan yang seimbngnag serta memiliki daya redam yang nyaman untuk para pemancing, Joran ini memiliki harga Rp.2.800.000,00

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.3 Joran AW Series PE 6 Straight and Spiral

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022



Gambar 2.4 Joran AW Series BOBARA PE2-3

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022



Gambar 2.5 Joran AW Series PE 5 Spinning

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022



Gambar 2.6 Joran Bambu Ijo

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

U
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Joran Bambu Ijo ini biasanya digunakan oleh para pemain *Ultra Fishing*, dengan memiliki konsep Joran *Casting Telescopic* yang memiliki length 197 cm dan closed length 58 cm, dengan kelebihan yang mudah untuk dibawa, Joran ini memiliki harga Rp.540.000,00



Gambar 2.7 Joran Cacing Merah BC 662

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

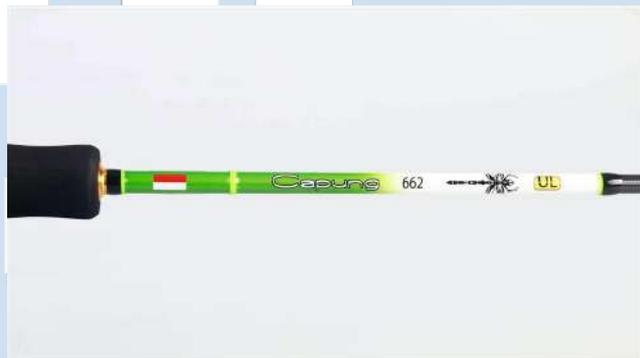
Joran cacing merah ini merupakan Joran yang banyak digunakan dan tidak asing lagi dikalangan para pemancing, dengan memiliki tingkat akurasi yang cukup baik dan memiliki keyakinan penuh ketika akan melawan ikan-ikan besar dalam berbagai jenis perairan baik itu air tawar maupun air asin, Joran ini memiliki harga Rp.710.000,00



Gambar 2.8 Joran Cangkek 762 UL

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

Joran jenis ini memiliki nama lain yaitu *Giant Trevally* yang mempunyai ukuran yang kecil dibawah 2kg, filosofi dari nama Joran ini terinspirasi dari daerah di nusantara yaitu cilacap dan sekitarnya, dengan memiliki kekuatan yang sulit untuk di taklukan oleh ikan, dengan memiliki harga Rp. 615.000,00



Gambar 2.9 Joran Capung 662

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

Joran dengan *series* capung ini biasanya digunakan pada perairan yang tidak terlalu berat seperti sungai ataupun kolam, filosofi dari nama capung ini diambil berdasarkan yang biasanya capung berada di Kawasan sawah atau danau, yang memiliki kondisi perairan yang tenang, dengan memiliki harga jual Rp. 355.000,00



Gambar 2.10 Joran Kancara Bodas

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

Kancara merupakan sebuah kata yang biasanya disebut bagi salah satu ikan air tawar yang berada di daerah cigugur dan cibulan, ikan ini biasanya memiliki kebiasaan yang unik dengan cara hanya menunggu ikan-ikan kecil yang terbawa arus menjadi mangsanya, Joran ini dibuat karena menyesuaikan kondisi geografis dengan memiliki karakteristik yang unik, dengan memiliki kemampuan dalam melempar lure dibawah 5 gram, dan ketika digunakan sangatlah nyaman dan akurasi melempar umpan lebih terarah, dengan memiliki harga Rp. 750.000,00.



Gambar 2.11 Joran Gindara PE 1.5 OH

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

Gindara merupakan *series* Joran dengan tipe *slow jigging* memiliki bentuk yang nyaman pada lengan dengan menggerakkan metal jig hingga mencapai 200 gram yang membuat suatu tantangan yang asik ketika menangkap ikan, dengan memiliki harga Rp. 1.080.000,00

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.12 Joran Jabrik 0,6 SP

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

Joran jabrik ini terinspirasi dari jabrik yang biasanya menjadi sebuah sebutan untuk ikan *yellow fin* tuna atau sirip ikan kuning yang biasanya ada di pelabuhan ratu, Joran ini setara dengan kelas *ultralight*, dengan memiliki harga Rp. 750.000,00



Gambar 2.13 Joran Jangkrik 562 14LB

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

Jenis Joran ini biasanya dipakai ketika Galatama, karena memiliki bentuk yang ideal dan memiliki tenaga yang kuat dan Joran ini sudah dilengkapi oleh sebuah cagak dan pelampung, dengan memiliki harga Rp.460.000,00



Gambar 2.14 Joran Jawara 562 14LB

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

Joran jawara dengan tipe ini memiliki harga yang dijual Rp. 770.000,00.



Gambar 2.15 Joran Orong-Orong 602

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

Orong-Orong merupakan suatu serangga yang memiliki bentuk coklat terang yang hidup di dalam tanah, pada kegiatan mancing ini orong-orong biasanya digunakan sebagai umpan untuk memancing Galatama lele, Joran ini memiliki kelebihan dalam akurasi yang baik ketika

menempatkan umpan pada posisi yang tepat, dengan memiliki harga Rp. 1.145.000,00.



Gambar 2.16 Joran Pasukan Karang 1023

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

Joran dengan tipe Pasukan Karang 1023 ini memiliki harga jual Rp.1.260.000,00 dan biasanya digunakan pada pinggiran pantai saja dengan menggunakan umpan buatan berjenis metal jig.



Gambar 2.17 Joran Rotan 664 UL

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Joran rotan ini merupakan suatu karya seni yang memiliki kemampuan fungsional Joran dibuat dengan bahan baku yang berasal dari produk asli Indonesia, dengan memiliki kualitas yang tinggi, dengan memiliki harga Rp. 810.000,00.



Gambar 2.18 Joran Sisik 6'11"

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

Joran pada *series* ini terinspirasi dari berbagai daerah di Indonesia dengan memiliki banyak pulau dan budaya yang unik dan beragam, diberi nama sisik ini karena merupakan sebutan nama lain dari ikan *yellow fin* tuna yang berasal dari daerah Banda Aceh, Joran *series* ini memiliki harga Rp. 940.000,00.



Gambar 2.19 Joran Sisik Ajing 2LB

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

Joran dengan tipe ini biasanya menggunakan lure dengan dibawah 4 gram, dengan memiliki desain yang elegan sehingga memiliki nuansa yang mewah dan tentunya nyaman ketika digunakan, Joran tipe ini memiliki hara Rp. 940.000,00.



Gambar 2.20 Joran Gurito 702

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022



Gambar 2.21 Joran Jagero 802

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

Jenis Joran pada *series* cangkek jagero ini terinspirasi dari nama lain cumi yang memiliki ukuran yang besar yang berada di pulau seribu yang

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

berhasil dipancing, Joran ini merupakan Joran andalan bagi para pemancing cumi, Joran ini memiliki harga Rp. 690.000,00



Gambar 2.22 Senar Bunglon Awet

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

senar ini merupakan jenis senar nilon dengan memiliki tingkat daya serap yang rendah karena dilengkapi dengan lapisan pelindung, memiliki diameter 0.18 mm dan Panjang 150m dijual dengan harga Rp. 30.000,00



Gambar 2.23 Senar Bunglon Bandel

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

Jenis senar ini menggunakan jenis dari senar nilon dengan biasanya memiliki target ikan-ikan yang besar untuk ditangkap, memiliki diameter 0.30 mm dan Panjang 150 m, senar ini dijual dengan harga Rp.30.000,00



Gambar 2.24 Senar Ceking Ebek

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

Senar *series* ini merupakan suatu produk baru dalam industri senar pancing dengan memiliki PE yang berkualitas dengan harga yang lebih terjangkau tipe pada senar ceking ebek ini merupakan generasi yang sudah diperbarui dan sudah disempurnakan, series ini memiliki Panjang 300 m senar pada *series* ini dijual dengan harga Rp. 140.000,00

U
M
N
U
N
I
V
E
R
S
I
T
A
S
M
U
L
T
I
M
E
D
I
A
N
U
S
A
N
T
A
R
A



Gambar 2.25 Senar Cungkring

Sumber : Website Relix Nusantera, 2022

Jenis senar cungkring ini merupakan jenis senar nilon dan fluorocarbon dan tipe monoline pertama di dunia, dengan perpaduan duabahan tersebut menjadikan senar ini memiliki permukaan yang lebih licin dan mudah atau cepat tenggelam, memiliki daya tahan dan gesek yang tinggi, yang menjadikan senar ini sangat nyaman ketika digunakan dalam kurun waktu yang lama, senar ini memiliki panjang 150 m dan dijual dengan harga mulai dari Rp. 40.000,00



Gambar 2.26 Senar Gerong HS

Sumber : Website Relix Nusantera, 2022

Jenis senar Gerong ini merupakan hasil penyempurnaan pada generasi sebelumnya dengan kualitas senar kepang *fiber* PE yang memiliki x8 dan nyaman ketika digunakan pada teknik mancing apapun series ini memiliki Panjang 300m dan diameter 0.50 mm dijual dengan harga mulai dari Rp. 84.000,00



Gambar 2.27 Senar Gesit

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

Jenis senar ini merupakan suatu perpaduan antara bahan nilon dan fluorocarbon dengan memiliki kelebihan lebih cepat saat di tarik ketika memancing ikan, jenis senar anti kriting dan senar ini juga lebih mudah dan cepat ketika tenggelam, memiliki Panjang 150 m dan dijual dengan harga Rp. 70.000,00

U
M
N

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.28 Senar Hampala TTM

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

Jenis senar hampala ini memiliki *coating* yang terbaru dengan lapisan warna yang membuat senar lebih kuat sehingga memiliki kemampuan kualitas yang tinggi ketika digunakan memancing di jenis air manapun dengan senar jenis ini memiliki panjang 200m dan dijual dengan harga Rp. 195.000,00



Gambar 2.29 Senar Jabrik HS

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

Senar jenis ini merupakan senar yang sudah dilapisi *coating* P-Fluoro sehingga memiliki kemampuan dengan tahan dari gaya gesek yang tinggi,

senar ini telah menyesuaikan dengan standar senar yang dari jepang mulai dari ketahanan hingga diameternya.



Gambar 2.30 Senar Mas Galatama 114

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

Jenis senar ini biasanya digunakan oleh para pemancing Galatama, senar ini memiliki tekstur yang lembut dan anti keriting dengan Panjang 150 m dengan diameter 0.28 mm dan dijual dengan harga Rp. 30.000,00



Gambar 2.31 Senar Max Fluorocarbon

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

Senar ini memiliki fungsi untuk meredan suatu hentakan atau Gerakan dari ikan ketika menyambar umpan, dan dapat mempertahankan mata pancing agar lebih mudah tertancap pada mulut ikan, dengan memiliki Panjang 50m dan diameter 0.30mm serta memiliki kekuatan senar 15lb setara dengan 6.8kg dan dijual dengan harga mulai dari Rp. 33.000,00



Gambar 2.32 Senar Popping Leader

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

Merupakan senar dengan bahan nilon yang memiliki kekuatan daya tahan gesek yang tinggi dan mampu meredam hentakan ikan, senar ini memiliki Panjang 30m diameter 0.80mm dan daya kekuatan 80lb atau setara dengan 36.4kg, senar ini dijual dengan harga Rp.30.000,00

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.33 Senar Samar

Sumber : Website Relix Nusantera, 2022

Senar jenis ini memiliki 100% kadar bahan fluorocarbon yang menjadikan senar lebih tahan gesek dan daya redam yang tinggi, sehingga dapat memanipulasi ikan dan membuat lure terlihat lebih alami, memiliki panjang 25m diameter 0.60mm dan dijual dengan harga mulai dari Rp.20.000,00



Gambar 2.34 Senar Samson X16

Sumber : Website Relix Nusantera, 2022

Jenis senar ini mempunyai kelebihan untuk mencengkrum ketika disambung ke leader tanpa knot karena memiliki fisik yang pipih dan juga dapat difungsikan sebagai *assist line*, dengan memiliki Panjang 300m dan diameter 0.53mm dijual dengan harga mulai dari Rp.400.000,00



Gambar 2.35 Senar Siluman

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

Senar siluman merupakan jenis senar yang terbuat dari bahan full 100% fluorocarbon yang memiliki daya tahan dari gesekan yang tinggi dan menjadikan lure atau umpan menjadi terlihat lebih natural, memiliki Panjang 30m diameter 1.00mm dan daya kekuatan 100lb atau setara dengan 45.5kg, dijual dengan harga mulai dari Rp.48.000,00

U
M
N
U
N
I
V
E
R
S
I
T
A
S
M
U
L
T
I
M
E
D
I
A
N
U
S
A
N
T
A
R
A



Gambar 2.36 Amber Jack Assist PE

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

Produk ini merupakan *Assist Line* yang terbuat dari bahan dari *polyster* yang dapat diikat dan dijual dengan harga Rp.22.000,00



Gambar 2.37 Snap

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Snap ini memiliki bahan *wire* yang mengikuti standar jepang yang tentunya anti karat, kuat dan mudah untuk dibuka maupun dikunci dijual dengan harga Rp.20.000,00



Gambar 2.38 Lure Anggreani-S

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022



Gambar 2.39 Lure Anita-F

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.40 Lure Astuti-SM

Sumber : Website Relix Nusantara, 2022

2.2 Visi Misi Perusahaan

Sebuah Visi dan Misi dalam suatu perusahaan tentunya sangatlah penting karena itu merupakan sebuah tujuan atau cita-cita yang ingin di gapai yang menjadikan patokan untuk perusahaan agar memiliki goalsnya, Visi merupakan suatu hal keinginan yang ingin dicapai sedangkan Misi merupakan cara atau strategi bagaimana cara untuk menggapai suatu keinginannya, PT Global Fishing Tackle memiliki Visi Misi yang menjadi acuan atau target yang harus dicapai yaitu

Visi PT Global Fishing Tackle adalah PT Global Fishing Tackle bertujuan menjadi salah satu dari tiga produsen senar pancing OEM terpercaya di Asia dalam dekade ini, melalui kualitas dan biaya, serta menghadirkan suatu produk sebagai satu-satunya solusi mancing di dalam negeri hingga ASEAN dan aktif dalam suatu aktivitas ketika pengembangan industry mancing serta ikut menjaga, melestarikan dan memelihara lingkungan agar dapat terciptanya susasana yang nyaman.

Misi PT Global Fishing Tackle adalah memberikan pelanggan kami senar pancing unggul yang akan berfungsi baik dan membuat mereka sukses dan senang, dan menjadikan semua produk yang di produksi oleh PT Global Fishing Tackle ini menjadi salah satu produk pancing yang dapat dikenal dan terkemuka di dalam negeri hingga luar negeri sesuai dengan visi yang telah diterapkan yaitu produknya menjadi suatu solusinya dalam memancing, dapat melakukan pengembangan produk yang tepat dan dapat menyesuaikan untuk kebutuhan memancing dalam berbagai kondisi perairan serta menjadikan produk tersebut menjadi mudah dalam penggunaan dan pemakaiannya serta inovatif, dapat mengkategorikan suatu produk sesuai kualitasnya sehingga dapat menghasilkan suatu produk yang berkualitas dengan harga yang sangat terjangkau, dapat memperluas relasi jaringan suatu proses pendistribusian sehingga dapat memudahkan produk untuk di pasarkan, baik itu dalam negeri ataupun luar negeri, dapat menjalin suatu komunikasi atau hubungan yang baik dengan komunitas penggemar mancing sehingga dapat memperluas relasi.

2.3 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan suatu hal yang penting juga bagi perusahaan karena nilai perusahaan biasanya adalah pandangan suatu investor kepada perusahaan, dan dapat dinilai dari tingkat suatu keberhasilan dari perusahaan, nilai perusahaan juga dapat membuat para investor yang akan melakukan Kerjasama nantinya akan lebih percaya dan lebih yakin untuk melakukan Kerjasama, PT Global Fishing Tackle memiliki nilai perusahaan yang dapat membangun dan meningkatkan *Awareness*. Dari awal dibangunnya PT Global Fishing Tackle memiliki beberapa nilai-nilai yang harus diterapkan yang bertujuan agar dapat menjadikan suasana internal menjadi lebih disiplin dan nyaman berada di dalam Kawasan PT Global Fishing Tackle, PT Global Fishing Tackle peduli akan konsistensi kualitas produk. Konsistensi dalam kualitas sangat penting karena kami yakin itu adalah satu satunya cara produk

kami akan bisa membantu pelanggan kami untuk selalu sukses. Kami mendidik orang-orang kami agar selalu konsisten dalam belajar dan mengembangkan diri mereka dan pantang menyerah dalam mencari cara untuk menurunkan biaya pembuatan senar kami.

Adapun nilai-nilai lain yang di terapkan yaitu:

Ringkas (*seiri/sort*) : Merupakan suatu Tindakan berupa menyingkirkan barang-barang atau berkas yang tidak diperlukan dan memisahkan berkas atau barang yang sering digunakan dan yang jarang digunakan.

Rapi (*Seito/Set*) : Yaitu mengatur suatu barang-barang pada tempat yang telah disiapkan agar mudah diakses dan lebih efektif, berikan label-label untuk memudahkan dalam mengakses.

Resik (*Seiso/Shine*) : Bersihkan seluruh area kerja agar lebih bersih, pastikan semuanya bersih dan berfungsi dengan baik.

Rawat (*Seiketsu*) : Kondisi area kerja yang sudah rapih dan resik harus terus dijaga konsistensinya, serta melakukan pengawasan terhadap nilai yang sebelumnya.

Rajin (*Shitsuke*) : Meningkatkan nilai-nilai sebelumnya sehingga menjadi suatu budaya kerja.

2.4 Logo Perusahaan

Sebuah logo dalam perusahaan memiliki arti yang penting dan merupakan hal yang paling pertama dalam menggambarkan perusahaan, logo perusahaan dapat memiliki bentuk seperti huruf, angka, simbol, atau gambar dan lainnya, dengan adanya logo perusahaan ini tentunya memiliki tujuan untuk mudah

diingat dan dapat mewakili sebuah arti dari tujuan perusahaan tersebut, PT Global Fishing Tackle memiliki logo seperti dibawah ini.



Gambar 2.41 Logo Perusahaan

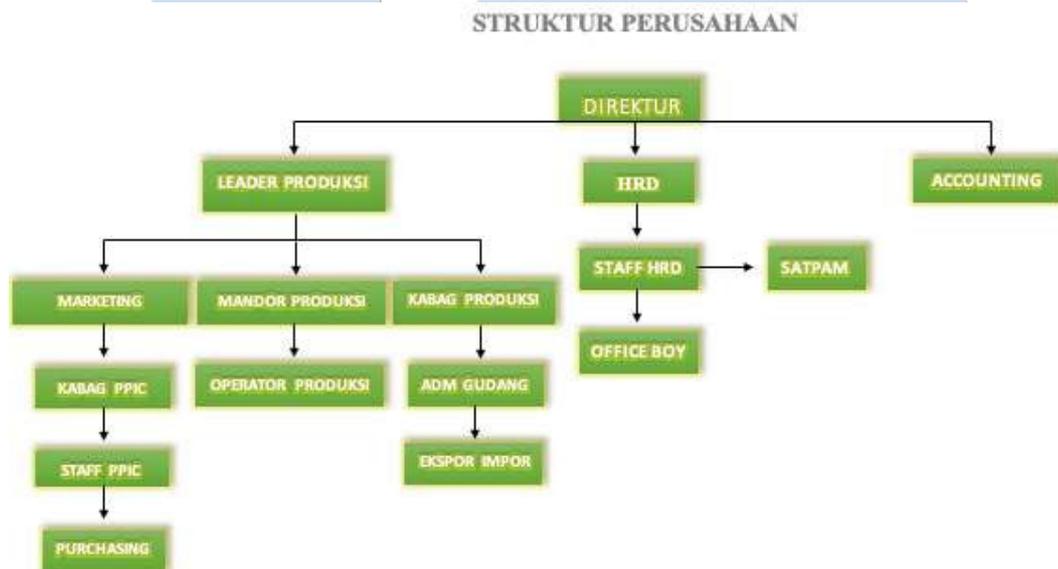
Source : Data Perusahaan, 2022

Logo PT Global Fishing Tackle ini memiliki arti pada warna biru dapat diibaratkan seperti lautan dan simbol kepercayaan, loyalitas, tanggung jawab serta keamanan. Kemudian terdapat gambar dunia dan kepala ikan yang berarti mempunyai ciri khas bahwa perusahaan ini merupakan penyedia perlengkapan alat alat pancing yang sudah melakukan ekspor ke berbagai belahan dunia.

2.5 Struktur Organisasi Perusahaan

Suatu perusahaan tentunya memiliki sebuah struktur organisasi yang dapat mendeskripsikan berbagai bagian yang ada di dalam perusahaan agar dapat berjalan dengan terstruktur dan lebih mudah dalam menjalankannya dengan adanya struktur organisasi ini dalam lingkungan perusahaan para pekerjanya memiliki tugas dan posisi serta fungsinya masing masing agar para pekerjanya dapat mengetahui peran dan tanggung jawab dalam pekerjaannya, struktur organisasi memiliki beberapa fungsi yaitu dapat memberi kejelasan dan tanggung jawab untuk melakukan pekerjaannya, dapat menjelaskan suatu kedudukannya didalam perusahaan sehingga dapat memudahkan dalam berkoordinasi, dapat menjelaskan hubungan antara masing masing bagian,

tugas yang diterima dapat dilakukan secara jelas, struktur organisasi memiliki beberapa jenis yaitu : struktur organisasi fungsional, struktur organisasi lini, struktur organisasi lini dan staff, struktur organisasi matriks, PT Global Fishing Tackle memiliki 2 struktur organisasi perusahaan yang berjenis lini dan lini staff.



Gambar 2.42 Struktur Perusahaan

Source : Data Perusahaan, 2022

- Direktur merupakan seorang yang menjadi pimpinan dalam perusahaan yang melakukan sebuah perubahan dalam aturan perusahaan dan memiliki wewenang dan tanggung jawab yang penuh dalam menjalankan segala urusan yang dilakukan oleh perusahaan, Direktur PT Global Fishing Tackle saat ini adalah Rivai Susanto. lalu pada struktur PT Global Fishing Tackle ini setelah direktur terdapat *Leader* Produksi, HRD, *Accounting*.
- *Leader* Produksi memiliki tugas untuk melakukan *back up* rekap laporan harian dari bagian produksi membuat segala tugas yang ada dilapangan untuk di berikan pada para pekerjanya, dan dapat berkoordinasi dengan

operator pada setiap bagian untuk melakukan laporan, *Leader* Produksi PT Global Fishing Tackle saat ini adalah Dede Kusnadi.

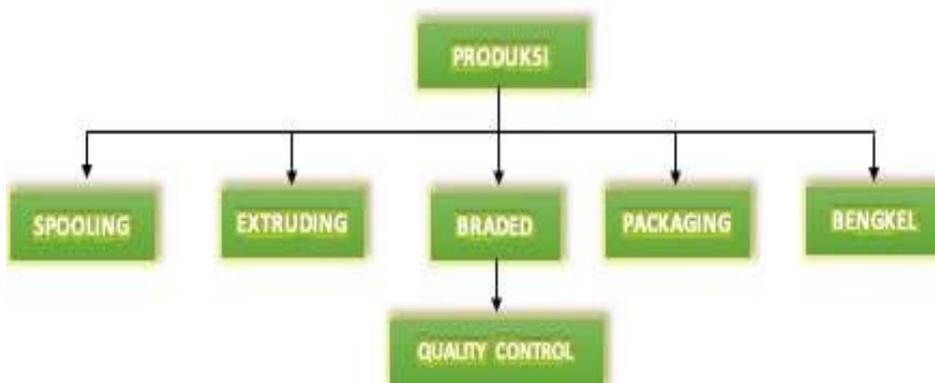
- Marketing memiliki tugas untuk menjalankan setiap kegiatan pembuatan suatu strategi yang tepat untuk dilakukannya promosi, dan menerima orderan dari luar negeri yang masuk kemudian direkap untuk diajukan pembuatan produknya pada *leader* produksi, *Marketing* PT Global Fishing Tackle saat ini adalah Rukiyah. *Marketing* Manajer kemudian akan berkoordinasi dengan Ketua Bagian PPIC yang bernama Dedi Suryadi dan Ketua Bagian PPIC ini nantinya akan melakukan koordinasi dengan Staff PPIC yang memiliki tugas untuk membuat suatu perencanaan dalam melakukan proses produksi yang telah sesuai dengan orderan yang diterima oleh marketing, memastikan kualitas produk yang akan di distribusikan serta menghitung berapa kebutuhan pada produksi PT Global Fishing Tackle saat ini memiliki 3 Staff PPIC yaitu : Wilda, Farras dan Fadhila. ketika Staff PPIC sudah melakukan penjadwalan dalam proses produksi maka jadwal tersebut kan diteruskan pada bagian produksi *Purchasing*.
- Mandor produksi memiliki tugas untuk menginformasikan kepada setiap bagian untuk jadwal atau prosedur dalam dilakukannya kegiatan produksi, melakukan pengontrolan dalam kualitas produk dan selalu mengontrol kesiapan pada bahan baku, PT Global Fishing Tackle memiliki Mandor Produksi yaitu : Jesaya Ginting (*Braided*), Sunaryo (*Quality control*) Yusnita (*Spooling*) Suparman (*Extruding*) lalu berkoordinasi dengan para oprator produksi untuk dijalankannya proses produksi.
- Ketua Bagian produksi atau disebut dengan Admin Produksi ini memiliki tugas untuk melakukan rekap laporan data hasil dari produksi untuk mengontrol kualitas dan ketika sudah mendapatkan

laporan dari bagian produksi kemudian sudah direkap ketua bagian produksi ini akan melaporkan hasil tersebut kepada *Leader* Produksi, ketua bagian produksi PT Global Fishing Tackle saat ini adalah Riswan. dan berkoordinasi dengan Admin Gudang untuk melakukan pengecekan stok produk yang sudah masuk ke gudang, Admin Gudang memiliki tugas untuk mencatat segala jenis barang yang masuk dan diterima oleh gudang, membandingkan data dan melakukan pengecekan stok barang yang ada digudang untuk dilakuka proses distribusi, mengecek setiap status barang dan membuat segala surat jalan pada barang, Admin Gudang PT Global Fishing Tackle pada saat ini adalah Yadi, Dela. lalu berkoordinasi dengan bagian Ekspor Impor yang mengatur jalannya proses distribusi yang akan dilakukan, Ekspor Impor memiliki tugas untuk melakukan pengelolaan pada dokumentasi untuk ekspor dan impor, melakukan tanggung jawab dalam menangani apabila terjadi kendala teknis yang terjadi ketika dilakukannya proses distribusi dilapangan serta melakukan jadwal untuk oprasional kemudian mencatat administrasi transaksi ekspor dan impor, bagian ekspor impor PT Global Fishing Tackle saat ini adalah Putri dan Syifa.

- HRD memiliki tugas untuk melakukan segala pengelolaan pada setiap sumber daya manusia yang ada di dalam perusahaan, baik ketika melakukan proses rekrutmen, seleksi hingga ketika diterimanya para pekerja tersebut, HRD juga memiliki tanggung jawab yang cukup besar dalam perusahaan yaitu dalam menerapkan sebuah aturan, strategi hingga sebuah kebijakan dalam berjalannya perusahaan dan harus dapat menjaga hubungan yang baik dengan para pekerjanya, HRD pada PT Global Fishing Tackle pada saat ini adalah Dedi Purnama. yang melakukan koordinasi dengan Staff HRD

- Staff HRD memiliki tugas dalam membantu HRD untuk mengatur pengelolaan sumber daya manusia yang ada di perusahaan seperti membuat rekapan absensi, pencairan gaji dan tunjangan lainnya, potongan gaji, persiapan dalam proses rekrutmen dan seleksi, Staff HRD PT Global Fishing Tackle saat ini adalah Zulfa Asfia. yang berkoordinasi. juga dengan *office boy* dan satpam untuk melakukan pengecekan terhadap perawatan kebersihan, peralatan yang digunakan oleh para pekerja dan melakukan rekap absensi yang izin melalui satpam, *office boy* PT Global Fishing Tackle saat ini adalah Deden Iskandar, dan memiliki 6 petugas keamanan yaitu : Hendra, Surya, Husen, Yustori, Udin, Ahmad johan.
- *Accounting* memiliki sebuah tanggung jawab yang besar dalam melakukan segala transaksi keluar masuk keuangan pada perusahaan, secara rutin selalu melakukan pengecekan dan pencatatan serta dokumentasi bukti keuangan yang digunakan dan harus dilakukan secara akurat dan sesuai, PT Global Fishing Tackle saat ini memiliki *Accounting* yang bernama Lita, yang biasanya berkoordinasi juga dengan para Staff HRD.

STRUKTUR PERUSAHAAN



Gambar 2.43 Struktur Perusahaan Bagian Produksi

Source : Data Perusahaan 2022

Produksi merupakan suatu aktivitas dalam melakukan pembuatan suatu produk sehingga produk tersebut memiliki nilai guna sehingga nantinya dapat dilakukan proses jual beli, PT Global Fishing Tackle dalam memproduksi senar pancing ini memiliki beberapa bagian produksi yaitu diantaranya adalah *Spooling, Extruding, Braided, Packaging, Bengkel, Quality Control*.

- *Extruding* Merupakan bagian yang memproduksi senar dengan bahan baku menggunakan biji plastik yang di cairkan dan dilelehkan kemudian dilakukan proses pencetakan pada plastik yang dilelehkan dan di dinginkan kemudian ditarik untuk membuat kualitas senar yang elastis, kemudian setelah menjadi gulungan, senar yang telah di produksi itu dilakukan tes ketahanan pada bagian *Quality Control*.
 - *Quality Control* merupakan bagian yang penting dalam menganalisis dan melakukan tes untuk menahan seberapa kuat senar tersebut, yang kemudian prosesnya dilakukan dengan cara ditarik oleh mesin hingga putus, lalu hasil yang putus tersebut di data untuk dijadikan laporan kualitas.
- *Braided* merupakan bagian yang hampir sama dengan bagian *Extruding* yaitu proses pembuatan senar akan tetapi memiliki perbedaan dari jenis bahan baku yang digunakan, *Braided* menggunakan bahan baku utama yaitu sebuah benang kain.
- *Packaging* merupakan bagian yang melakukan proses pembuatan sebuah kemasan mulai dari kemasan dalam hingga kemasan luar
- *Spooling* merupakan bagian pengemasan hasil senar yang sudah diproduksi oleh *extruding* dan *braided*, *spooling* memiliki 2 bagian yaitu *spooling* mesin dan *spooling packing*, *spooling* mesin memiliki tugas untuk memindahkan senar yang sudah di produksi dari *braided* dan *extruding* dalam gulungan yang besar menjadi gulungan kecil senar tersebut digulung dan dimasukkan pada *bobbin* yang telah dibuat oleh bagian *packaging*, kemudian hasil yang telah dimasukkan ke *bobbin* di

teruskan pada bagian *spooling packing* untuk di masukan dan dikemas pada kemasan luaran dan dimasukkan ke box, serta di lakukan tempel stiker.

- Bengkel merupakan bagian untuk melakukan setiap perbaikan kepada seluruh peralatan atau mesin produksi yang mengalami kendala.

2.6 Tinjauan Pustaka

2.6.1 Manajemen

Definisi manajemen secara etimologis yaitu merupakan suatu kata yang artinya dapat disimpulkan sebagai suatu aktivitas dalam mengatur serta mengelola pengorganisasian yang bertujuan agar tercapainya suatu tujuan dari organisasi tersebut.

Manajemen menurut KBBI merupakan suatu penggunaan atau pengelolaan sumber daya yang secara efektif untuk mencapai sasaran.

Menurut George. R Terry, Manajemen merupakan suatu aktivitas yang terdiri dari berbagai tindakan-tindakan yang dilakukan ketika perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, serta pengendaliannya yang bertujuan untuk mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan hal ini dapat ditentukan melalui pemanfaatan SDM dan sumber-sumber lainnya yang mendukung.

Menurut Jhon F.Mee, Manajemen dapat diartikan merupakan suatu aktifitas seni yang sudah dapat mencapai hasil maksimal dengan berbagai usaha yang telah dilakukannya untuk mencapai suatu kesejahteraan hingga mendapatkan kebahagiaan yang maksimal bagi kedua belah pihak baik itu pimpinan maupun pekerjanya dan dapat memberikan sebuah pelayanan sebaik mungkin kepada masyarakat.

Menurut Parker Follet, Manajemen merupakan suatu seni yang pada aktivitasnya hingga tiap pekerjaannya merupakan sebuah seni yang dapat diselesaikan sebaik mungkin dengan orang lain.

Menurut James A.F Stoner, Merupakan suatu proses perencanaan, pengorganisasian serta penggunaan sumber daya organisasi yang lain, dalam rangka untuk mencapai tujuan sebuah organisasi yang telah ditetapkan.

Dalam buku "*The Principles of Management*" James A.F Stoner Membagi proses dan Fungsi Manajemen menjadi beberapa bagian, yaitu:

1. *Planning* (Perencanaan)

Merupakan suatu proses mengembangkan perencanaan aktivitas pada kerja organisasi bisnis atau sekaligus dapat mendefinisikan sebuah tujuan dari organisasi agar tercapainya tujuan dari perencanaan yang telah dibuat

2. *Organizing* (Pengorganisasian)

Pengorganisasian dapat diartikan menjadi suatu kegiatan atau proses penyusunan sumber daya organisasi yang berupa desain organisasi yang sesuai dengan Visi Misi perusahaan, sumber daya organisasi, dan tujuan perusahaan yang telah di tetapkan dalam lingkungan bisnis perusahaan

3. *Actuating* (Pelaksanaan)

Actuating atau pelaksanaan merupakan suatu sarana untuk memastikan bahwa semua anggota dapat berusaha untuk mencapai tujuan mereka sesuai dengan perencanaan yang sudah dibentuk di awal oleh organisasi

4. *Controlling* (Control/Evaluasi)

Controlling merupakan salah satu fitur Manajemen dalam mengatur dan mengontrol atau menilai kinerja suatu organisasi, dalam hal ini controlling juga dapat memastikan bahwa perencanaan pelaksanaan mengikuti aturan dan prosedur yang telah ditetapkan hal ini agar dapat dilakukan perbaikan untuk kedepannya.

Menurut T.Hani Handoko, manajemen memiliki 3 arti yang penting bagi organisasi yaitu:

1. Untuk mencapai suatu tujuan organisasi.

Hal ini dilakukan pada setiap organisasi yang telah memiliki visi misi dan tujuan dengan adanya sistem dari manajemen ini dapat membantu mewujudkan tujuan dari Visi Misi tersebut.

2. Menjaga keseimbangan antara tujuan yang saling bertentangan. Sejauh yang kita ketahui ada Keragaman dalam organisasi, misalnya dalam hal ini SDM mencakup ide, persepsi, perspektif, dll. Jika tidak dikelola dengan baik, perbedaan tersebut dapat menimbulkan konflik atau ide. Oleh karena itu bersama-sama dengan manajemen berusaha semaksimal mungkin untuk menciptakan alur kerja yang kondusif, menciptakan hubungan kerja yang harmonis satu sama lain, sehingga tujuan organisasi dapat segera tercapai.

3. Untuk mencapai efisiensi dan efek. Sebuah organisasi membutuhkan semua sumber dayanya agar efektif dan efisien dalam pelaksanaannya. Hal ini penting karena organisasi ingin menekan biaya serendah mungkin dengan mengoptimalkan proses dan hasil kerja untuk mencapai tujuan organisasi.

2.6.2 Manajemen Pemasaran

Manajemen Pemasaran atau *Marketing* dapat diartikan sebagai suatu proses atau aktivitas dalam mengenalkan suatu produk atau jasa hingga proses dilakukannya distribusi suatu produk, marketing juga merancang suatu strategi yang akan dilakukan ketika berjalannya proses distribusi, semakin berkembangnya dunia bisnis dan teknologi yang saat ini sudah modern menjadikan sistem *marketing* juga dapat dilakukan secara online yang artinya dapat dilakukan pengenalan produk atau jasa hingga dapat melakukan iklan

melalui media sosial seperti iklan melalui Instagram ads, facebook ads, youtube ads dan lainnya.

Menurut Kurniawan (2018:3) *Marketing* atau Manajemen Pemasaran merupakan suatu perpaduan beberapa aktivitas-aktivitas yang mengikat dan harus berhubungan satu sama lain yang bertujuan untuk mengetahui apa yang saat ini menjadi kebutuhan pasar, bagaimana produk tersebut di promosikan dan di distribusikan hingga pelayanan terhadap konsumen.

Menurut Philip Kotler dan Amstrong (2017:4) Manajemen Pemasaran merupakan suatu tindakan proses sosial dalam mengelola sehingga membuat individu tau kelompok dapat mendapatkan hal yang mereka inginkan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan, manajemen pemasaran juga dapat melakukan suatu timbal balik produk atau jasa dengan orang lain, manajemen pemasaran juga suatu perancangan analisis implementasi hingga menciptakan suatu perencanaan yang dapat menguntungkan yang sesuai dengan tujuan perusahaan.

Manajemen pemasaran memiliki suatu konsep yaitu kebutuhan pasar, keinginan pasar, permintaan , produksi, utilitas serta nilai dan kepuasan yang menjadi salah satu faktor penting dan pertukaran, transaksi, hubungan pasar, pemasaran dan pasar. Konsep ini dapat dibedakan antara kebutuhan, keinginan dan permintaan, kebutuhan merupakan suatu hal yang secara spesifik seperti halnya kebutuhan pokok, keinginan merupakan hanya suatu Hasrat ingin memiliki saja karena senang dan bukan untuk suatu kebutuhan yang mendalam, sedangkan suatu permintaan adalah produk yang diinginkan dan didukung sesuai dengan kemampuan untuk membelinya.

2.6.3 Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016:37) Kualitas Produk adalah dimana suatu produk dapat menunjukkan suatu keunggulan serta kemampuan dari fungsi-

fungsi produk yang dapat dilihat dari daya tahan produk, keunikan, ketelitian, yang nantinya dapat di peroleh dari produk tersebut secara keseluruhan. Untuk menjadi suatu market leader dalam bidangnya oleh karena itu perusahaan juga harus selalu meningkatkan kualitas produknya agar dapat mendapatkan kepercayaan dan loyalitas dari pelanggan sehingga nantinya pelanggan merasa puas dengan menggunakan produk tersebut karena memiliki kualitas produk yang tinggi.

Menurut Ernawati (2019) Kualitas Produk merupakan suatu faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan ketika melakukan pembelian produk tersebut, ketika semakin baik produk yang dijual maka akan semakin meningkat dan banyak konsumen yang berminat dan tertarik untuk membeli produknya.

Menurut Windarti dan Ibrahim (2017) bahwa kualitas produk adalah suatu kesesuaian terhadap kebutuhan dan harapan konsumen terhadap produk tersebut yang tentunya sesuai dengan spesifikasi produk, kualitas produk merupakan salah satu hal yang mempunyai peranan penting dan berhubungan dengan produk, jasa dan lingkungan agar harapan konsumen dapat terpenuhi

Menurut Lesmana dan Ayu (2019), kualitas produk adalah kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, manusia atau tenaga kerja dan lingkungan untuk memenuhi kebutuhan setiap konsumen.

Untuk mencapai kualitas produk yang diharapkan, standarisasi kualitas yang diperlukan. Hal ini untuk memastikan bahwa produk akhir memenuhi standar yang telah ditetapkan agar konsumen tidak kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. pengalaman pelanggan dengan membeli produk yang baik atau produk yang buruk mempengaruhi apakah konsumen melakukan pembelian ulang. Oleh karena itu, pelaku usaha harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen. Tuntutan yang tidak dapat memenuhi harapan konsumen harus segera direspon

oleh perusahaan, yaitu pengembangan produk sesuai harapan konsumen (Assauri, 2012:167).

Menurut Tjiptono (2015:315) kualitas produk memiliki 8 dimensi yaitu:

1. Kinerja

Kinerja adalah karakteristik operasi utama dari produk inti produk yang dibeli untuk memberikan suatu manfaat kepada konsumen dari produk tersebut sehingga konsumen dapat memperoleh manfaat dari produk yang telah dikonsumsinya. Dimensi kinerja dapat berbeda-beda untuk setiap produk atau jasa, tergantung pada nilai fungsional yang dijanjikan perusahaan.

2. Fungsi atau fitur tambahan

Artinya, fitur sekunder atau pelengkap produk, dan fitur tambahan produk juga dapat digunakan sebagai fitur yang membedakannya dari produk pesaing. Fitur-fitur yang ditawarkan juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk tersebut.

Menentukan kepuasan konsumen dari suatu produk. Semakin besar risiko yang diterima konsumen dengan suatu produk, semakin tidak puas konsumen tersebut.

3. Keandalan (*Reliability*)

Artinya, keandalan suatu produk adalah ukuran probabilitas bahkan satu produk pun tidak akan rusak atau gagal. Tingkat Kerusakan Risiko kerusakan suatu produk menentukan tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen dari suatu produk. Semakin besar risiko yang diterima konsumen dengan suatu produk, semakin tidak puas konsumen tersebut.

4. Kepatuhan dengan Spesifikasi

Artinya, apakah kinerja dan kualitas produk memenuhi standar yang dipersyaratkan oleh produsen sesuai dengan perencanaan perusahaan, artinya sebagian besar produk memenuhi keinginan pelanggan. Pada dasarnya setiap produk memiliki standar atau spesifikasi yang telah ditentukan. Fitur Desain Operasional memenuhi standar yang telah ditentukan.

5. Daya Tahan

Hal ini berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat digunakan dan dapat didefinisikan sebagai ukuran umur yang diharapkan dari suatu produk dalam kondisi normal.

6. Pemeliharaan

Ini termasuk kecepatan, kekuatan, kenyamanan, kesederhanaan perbaikan dan penanganan komplain yang memuaskan. Apakah suatu produk rusak atau cacat dapat didefinisikan, dapat diartikan bahwa jika ada produk yang cacat atau rusak, persiapan perbaikan produk tersebut dapat diandalkan dan tidak ada yang merasa dirugikan.

7. Estetika

Artinya, daya tarik suatu produk terhadap panca indera dapat dilihat dari segi bentuk fisik, warna, model atau desain, rasa, aroma, dll. Konsumen kemudian menjadi tertarik pada produk tersebut ketika melihat tampilan awal dari produk tersebut.

8. Kualitas yang Dirasakan

persepsi konsumen tentang kualitas produk atau Keunggulan produk. Jika mereka tidak memahami karakteristik produk yang mereka beli, konsumen akan melihatnya dari segi harga, merek dan negara pembuatnya.

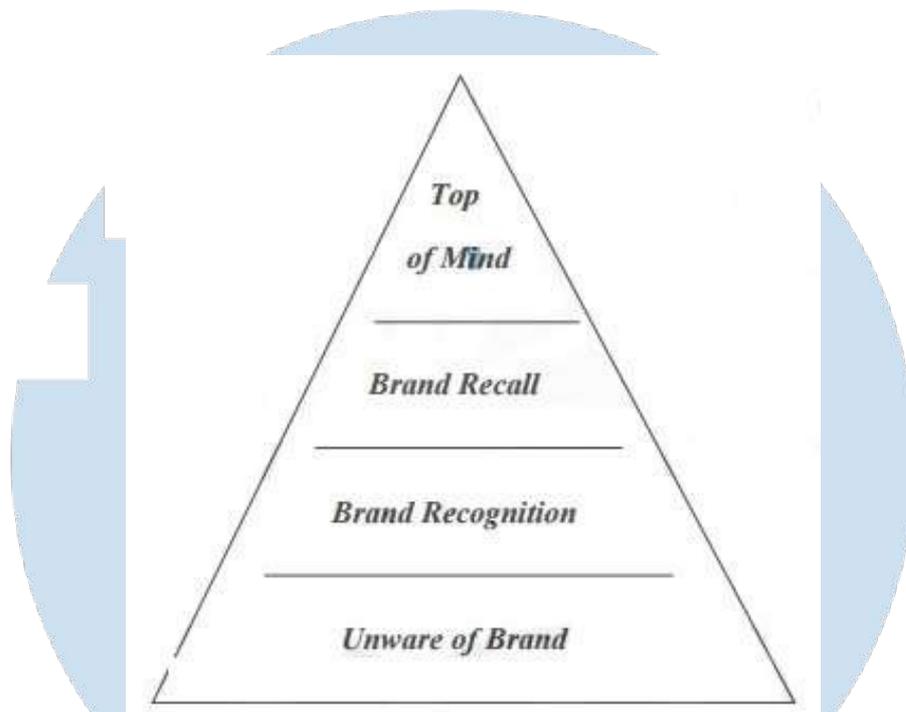
Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk mempunyai suatu peranan yang sangat penting dan berhubungan dengan produk dan haruslah sesuai dengan spesifikasinya serta memiliki ketahanan yang kuat agar tercapainya harapan konsumen terhadap produk tersebut sehingga apabila konsumen merasa puas dengan produk tersebut kita akan mendapatkan suatu loyalitas dan kepercayaan dari konsumen.

2.6.4 Brand Awareness

Menurut Durianto, dkk (2017:54) *Brand Awareness* merupakan suatu kesanggupan untuk konsumen dalam mengingat serta mengenali brand tersebut ketika akan membeli produk tersebut, karena konsumen cenderung akan lebih memilih dan membeli suatu produk dengan merk yang sudah banyak dikenal oleh konsumen, oleh karena itu kebanyakan konsumen cenderung akan berasumsi dan mempunyai harapan bahwa ketika membeli produk dengan merk yang sudah banyak dikenal dapat dipercaya dan memiliki kualitas yang dapat dipertanggung jawabkan.

Menurut Husnawati (2017) *Brand Awareness* adalah salah satu hal dasar yang terdapat dalam suatu merk produk yang sering dianggap sebagai salah satu syarat penting dalam mengambil keputusan konsumen dalam membeli produk, faktor ini juga merupakan hal yang selalu diutamakan dalam mengambil keputusan, oleh karena itu sangat penting dalam melakukan pengenalan produk secara baik agar konsumen dapat menjadi yakin, percaya dan selalu ingat pada produk dengan merk tersebut, dan selalu menempel dalam benak konsumen ketika mempertimbangkan untuk membelinya.

Brand Awareness juga memiliki tingkatan dalam proses kesadaran konsumen terhadap merk dalam suatu produk (Aaker 2018:91) Berikut merupakan urutan dalam komponen komponen yang dapat mempengaruhi *Brand Awareness*.



Gambar 2.44 Piramida Brand Awareness

Sumber : Durianto (2001:55)

1. *Unware of Brand* Merupakan suatu tingkatan dimana konsumen tidak menyadari suatu merk, pada tingkatan ini merupakan tingkatan yang paling rendah.
2. *Brand Regocnition* Merupakan suatu pengenalan pada brand yang memiliki tujuan untuk dengan mudah konsumen dalam mengingat kembali suatu brand berdasarkan fungsinya atau ciri khasnya sesuai denga apa yang telah dilakukan pada pengenalan brand.
3. *Brand Recall* yaitu merupakan suatu hal dengan dilakukannya pengingatan kembali suatu produk yang berada dibenak konsumen.
4. *Top of mind awareness* merupakan suatu posisi yang istimewa dan ini merupakan tingkatan paling atas, ini merupakan suatu pemikiran yang mengibaratkan seperti brand tersebut menjadi pemimpin dari brand-brand kompetitor lainnya.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA