

**EVALUASI EFISIENSI BIAYA PENJUALAN PADA PT. TIGA
SERANGKAI INTERNASIONAL CABANG SURAKARTA**



**Tugas akhir
Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
guna mencapai Derajat Sarjana Ahli Madya
Program Studi DIII Ahli Madya**

**Disusun oleh :
ANITA PUSPASARI
F 3202007**

**PROGRAM DIPLOMA III
JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2005**

HALAMAN PERSETUJUAN

Telah diterima dan disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji
Tugas Akhir Jurusan Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas
Sebelas Maret Surakarta.

Surakarta, Agustus 2005

Dosen Pembimbing



Dra. Sri Suwarsi, M.M.
NIP. 130516344

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah Diterima dan Disahkan oleh Dewan Penguji Penulisan Tugas Akhir D III Ekonomi Manajemen Pemasaran Universitas Sebelas Maret Surakarta :

Anggota Tim Penguji :

1. **Drs. Djoko Purwanto, MBA.**
NIP. 131 472 193
Penguji
2. **Dra. Sri Suwarsi, MM.**
NIP. 130 516 344
Pembimbing



MOTTO

- * Kesabaran adalah jalan menuju sebuah keberhasilan.
- * Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya pada Tuhan-mulah hendaknya kamu berungkap.
- * Orang hidup seperti bermain sepeda, selama kau terus mengayuh maka kau tak akan jatuh.
- * Apa yang kau tanam maka itulah yang akan kau petik.
- * Besok harus lebih baik dari hari ini.
- * Be positif thinking in everything.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Laporan Tugas Akhir ini penulis
persembahkan untuk :

- * Keluargaku
- * Teman-temanku
- * Almamaterku

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayahNya sehingga dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini dengan judul “EVALUASI EFISIENSI BIAYA PENJUALAN PADA PT. TIGA SERANGKAI INTERNASIONAL CABANG SURAKARTA”. Tugas Akhir ini disusun sebagai syarat kelulusan Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Selama penyusunan Tugas Akhir ini, berbagai kendala telah penulis hadapi. Namun berkat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, penulis dapat menghadapinya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini patutlah kiranya penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Hj. Salamah Wahyuni, SU. Selaku Dekan fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Bapak Drs. Djoko Purwanto, MBA selaku Ketua Program Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Bapak Drs. Djoseno Ranupandojo selaku pembimbing akademik.
4. Ibu Dra. Sri Suwarsi, MM selaku dosen pembimbing Tugas Akhir, yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan yang sangat bermanfaat bagi penulis.
5. Bapak dan Ibu staff pengajar Jurusan Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

6. Bapak Andie Kusuma Brata selaku *Branch Manager* beserta seluruh keluarga besar PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta yang telah membantu penulis mengerjakan penulisan Tugas Akhir ini. Maaf telah merepotkan dan membuat Bapak-bapak lembur demi mencarikan data bagi penulis.
7. Bapak (Alm) dan Ibuku tercinta yang selalu mendoakanku, mendukungku dan membantuku berjuang selama ini.
8. Kakakku Astri, makasih buat semua bantuan dan dukungannya.
9. Sahabatku Anna, Tini, Rina, Yuyun, Karim. Terima kasih atas persahabatan kita selama ini. *Keep Our Friendship Forever...!!*
10. Temanku Tona yang telah banyak membantuku. Terima kasih buat pinjaman komputernya dan selalu menemaniku berjuang.
11. Teman-teman sekelas MP-C, lulus bukan berarti akhir dari pertemanan.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga semua pihak yang telah membantu penulis akan selalu mendapat rahmat dan karunia Allah SWT. Penulis menyadari bahwa karya ini masih belum sempurna maka saran dan kritik masih sangat diharapkan. Akhirnya penulis berharap semoga karya ini membawa manfaat bagi pihak-pihak yang memerlukannya.

Surakarta, Agustus 2005

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| ABSTRAKSI | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| MOTTO..... | iv |
| PERSEMBAHAN..... | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL DAN GAMBAR | x |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Perumusan Masalah..... | 3 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 4 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 4 |
| E. Metode Penelitian..... | 4 |
| BAB II LANDASAN TEORI | |
| A. Tinjauan Pustaka..... | 7 |
| B. Kerangka Pemikiran..... | 10 |
| BAB III GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN | |
| A. Sejarah Singkat Perusahaan..... | 12 |
| B. Perkembangan Usaha..... | 16 |
| C. Personil Perusahaan..... | 18 |
| D. Struktur Organisasi Perusahaan..... | 19 |
| E. Deskripsi Jabatan..... | 22 |
| F. Kegiatan Bauran Pemasaran..... | 26 |
| G. Laporan Kegiatan Magang Kerja..... | 30 |
| H. Analisis Dan Pembahasan..... | 31 |
| BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN | |
| A. Kesimpulan..... | 43 |
| B. Saran..... | 44 |

DAFTARPUSTAKA..... 45
LAMPIRAN 46

DAFTAR TABEL

| | | |
|--------------|---|----|
| TABEL III.1 | Setoran Penjualan Tahun 2000-2004..... | 32 |
| TABEL III.2 | Biaya Gaji Salesman Tahun 2000-2004..... | 33 |
| TABEL III.3 | Target Volume Penjualan Tahun 2000-2004..... | 35 |
| TABEL III.4 | Komisi Salesman Tahun 2000-2003..... | 35 |
| TABEL III.5 | Rumus Perhitungan Komisi Salesman..... | 36 |
| TABEL III.6 | Biaya Komisi Salesman Tahun 2000-2004..... | 37 |
| TABEL III.7 | Biaya Perjalanan Salesman Tahun 2000-2004..... | 38 |
| TABEL III.8 | Biaya Penjualan Tahun 2000-2004..... | 38 |
| TABEL III.9 | Biaya Penjualan Dan Setoran Penjualan Tahun 2000-2004..... | 39 |
| TABEL III.10 | Ringkasan Efisiensi Biaya Penjualan Terhadap Setoran Penjualan Tahun 2000-2004..... | 41 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| GAMBAR III.1 Bagan Struktur Organisasi..... | 21 |
|---|----|

ABSTRAK

EVALUASI EFISIENSI BIAYA PENJUALAN PADA PT. TIGA SERANGKAI INTERNASIONAL CABANG SURAKARTA

**ANITA PUSPASARI
F3202007**

Kegiatan para salesman sebagai ujung tombak perusahaan dalam menjual buku-buku produk PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta kepada konsumen tentunya membutuhkan biaya penjualan yang cukup besar. Dengan penggunaan biaya penjualan yang semakin efisien diharapkan laba yang diperoleh akan lebih maksimal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat efisiensi biaya penjualan pada PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta. Adapun manfaat dari penulisan Tugas Akhir ini adalah agar dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam usaha mengendalikan efisiensi biaya penjualan serta sebagai masukan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian yang sejenis. Metode pengumpulan data yang digunakan antara lain observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dan analisis efisiensi terhadap biaya penjualan yang dikeluarkan.

Dari hasil analisis data yang diperoleh, diketahui bahwa tingkat efisiensi biaya penjualan yang dikeluarkan perusahaan sudah semakin tinggi dari tahun 2000 ke tahun 2001, namun kemudian menurun pada tahun 2002. Hal ini dapat dilihat dari tingkat prosentase perbandingan antara biaya penjualan dengan setoran penjualan yang diperoleh PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta yang semakin kecil dari tahun 2000 ke tahun 2001, yaitu sebesar 29,42 % pada tahun 2000 dan sebesar 24,50 % pada tahun 2001. Prosentase tersebut kemudian meningkat pada tahun 2002 menjadi sebesar 35,55 %. Tingkat efisiensi yang tinggi kembali terjadi pada tahun 2003 dan 2004 dimana prosentase perbandingan antara biaya penjualan dengan setoran penjualannya kembali menurun menjadi sebesar 16,35 % pada tahun 2003 dan sebesar 15,73 % pada tahun 2004.

Perusahaan sebaiknya mempertahankan sistem pemberian komisi yang baru karena sistem tersebut mampu memacu peningkatan tingkat efisiensi biaya penjualan terhadap setoran penjualan yang diterima perusahaan. Selain itu perusahaan sebaiknya senantiasa mengawasi dan mengendalikan naik turunnya tingkat efisiensi biaya penjualan agar dapat tetap stabil.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan dunia industri dan perdagangan yang semakin berkembang saat ini menunjukkan semakin tingginya tingkat persaingan di antara pelaku bisnis itu sendiri. Persaingan itu terjadi karena masing-masing perusahaan selalu berusaha menjaga kelangsungan hidupnya serta selalu berusaha agar dapat meraih laba semaksimal mungkin. Untuk meraih laba tersebut, pekerja harus bekerja secara efektif dan efisien. Untuk itu, perusahaan harus mencari strategi yang tepat agar modal kerja yang masuk bisa menghasilkan laba setinggi mungkin. Sarana untuk meraih laba itu sendiri adalah dengan memaksimalkan volume penjualan perusahaan.

Tujuan semua usaha pemasaran adalah menambah penjualan yang menguntungkan dengan menawarkan pemenuhan kebutuhan dalam jangka panjang. *Personal selling* merupakan cara promosi paling penting yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Kegiatan *personal selling* menjadi sangat penting karena dalam kegiatan *personal selling* ini terjadi interaksi langsung, saling bertemu muka antara pembeli dengan penjual. Di sini, tenaga-tenaga penjualan atau yang kini lebih sering disebut sebagai *salesman* dapat menyesuaikan penawaran penjualan mereka untuk dapat memenuhi kebutuhan dan perilaku pelanggan masing-masing. Selain itu mereka juga dapat segera mengetahui reaksi pelanggan terhadap penawaran penjualan yang

dilakukannya, sehingga dapat mengadakan penyesuaian-penyesuaian di tempat dan saat itu juga.

Salesman sebagai ujung tombak dalam memasarkan produknya, sangat berperan penting dalam menentukan besarnya volume penjualan perusahaan. Untuk menjalankan kegiatannya, para tenaga penjualan perlu didukung dengan dana yang memadai. Dana yang dikeluarkan untuk membiayai kegiatan penjualan disebut dengan biaya penjualan. Biaya ini meliputi gaji tenaga penjualan, insentif, uang perjalanan dan lain-lain. Dengan tersedianya biaya penjualan yang memadai diharapkan kegiatan penjualan dapat berjalan dengan baik sehingga volume penjualan yang ditargetkan perusahaan dapat dicapai. Dalam banyak perusahaan, jumlah pengeluaran untuk kegiatan *personal selling* merupakan jenis pengeluaran usaha paling besar. Dengan penggunaan biaya penjualan yang efisien, diharapkan laba yang diperoleh perusahaan akan lebih maksimal.

PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta merupakan salah satu perusahaan distribusi yang mendistribusikan buku-buku hasil produksi dari PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri. Sebagian besar buku-buku yang dipasarkan adalah buku-buku pelajaran yang ditawarkan kepada para guru disekolah-sekolah. Karena barang-barang yang dipasarkan bukan barang-barang hasil produksi perusahaan itu sendiri, maka otomatis PT. Tiga Serangkai Internasional harus mengoptimalkan sistem penjualan produk-produk tersebut, agar kelangsungan usaha dapat tetap berjalan dan laba yang diharapkan dapat dicapai. Karena sebagian besar kegiatan penjualan di

PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta banyak bertumpu pada tenaga *salesman*, maka biaya penjualan di perusahaan ini cukup besar. Karena penjualan dilakukan secara kredit maka tidak seluruh jumlah volume penjualan dapat disetorkan salesman langsung kepada perusahaan. Jika biaya penjualan dapat ditekan serendah mungkin dan jumlah setoran yang masuk dapat dipacu setinggi mungkin maka tingkat efisiensi biaya penjualannya diharapkan dapat semakin tinggi. Biaya penjualan dikatakan efisien apabila perusahaan dapat menghasilkan volume penjualan setinggi mungkin dengan mengeluarkan biaya penjualan seminimal mungkin. Dengan tingkat efisiensi biaya penjualan yang tinggi diharapkan laba perusahaan juga semakin besar.

Berdasar uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“EVALUASI EFISIENSI BIAYA PENJUALAN PADA PT. TIGA SERANGKAI INTERNASIONAL CABANG SURAKARTA”**.

B. Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian sangat penting untuk mengetahui titik masalah yang akan dikaji. Dari latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

“Bagaimana tingkat efisiensi biaya penjualan pada PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta ?”.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat efisiensi biaya penjualan pada PT Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam usaha mengendalikan efisiensi biaya penjualan.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini berguna bagi penulis untuk memahami dan menerapkan ilmu manajemen pemasaran khususnya mengenai pengendalian efisiensi biaya penjualan

3. Bagi Peneliti lain

Penelitian ini berguna sebagai masukan dalam melakukan penelitian lain yang sejenis.

E. Metode penelitian

1. Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian kasus mengenai perkembangan tingkat efisiensi penggunaan biaya penjualan pada PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya. Data primer dalam penelitian ini adalah informasi hasil wawancara dan observasi mengenai biaya penjualan serta jumlah setoran yang masuk.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber aslinya, tapi melalui media perantara. Data sekunder penelitian ini adalah arsip-arsip perusahaan mengenai biaya penjualan serta jumlah setoran yang masuk.

3. Tehnik Pengumpulan Data

a. Observasi

Pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung mengenai efisiensi biaya penjualan pada PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta selaku obyek yang diteliti.

b. Wawancara

Pengumpulan dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab dengan pimpinan perusahaan serta karyawan-karyawan yang diberi wewenang oleh pimpinan perusahaan mengenai segala hal yang berkaitan dengan penelitian ini.

c. Dokumentasi

Pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan pencatatan terhadap arsip-arsip tentang segala data yang diperlukan dalam penelitian ini.

4. Tehnik Analisis Data

a. Analisis Deskriptif Kualitatif

Yaitu metode analisa data dengan cara memilah-milah data yang menjadi elemen-elemen biaya penjualan beserta data volume penjualan kemudian mengelompokan data-data tersebut sesuai dengan periode atau tahun yang akan diteliti. Data tersebut lalu dipaparkan disertai dengan interpretasi (membaca, menyimak, dan membandingkan) data biaya penjualan setoran penjualan tersebut sebagaimana adanya.

b. Analisis Efisiensi

Dalam menganalisa data, penulis mengukur tingkat efisiensi antara biaya penjualan yang dikeluarkan perusahaan dengan setoran penjualan yang diperoleh perusahaan. Untuk mengukur tingkat efisiensi tersebut, dapat digunakan rumus berikut ini :

$$E = \frac{\text{Biaya Penjualan}}{\text{Setoran Penjualan}} \times 100\%$$

Perkembangan tingkat efisiensi biaya penjualan terhadap setoran penjualan selama tahun 2000-2004 tersebut diinterpretasikan agar dapat diketahui apakah mengalami kenaikan atau justru penurunan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka

1. Pengertian Pemasaran

Banyak ahli ekonomi yang memberikan pendapat mengenai pengertian pemasaran. Berikut ini adalah beberapa definisi pemasaran dari beberapa ahli :

- a. Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dan kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Stanton dalam Basu Swasta, 1990: 5).
- b. Pemasaran adalah semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang dan jasa dari produsen kepada konsumen dengan cara pandang paling efisien dengan maksud untuk menciptakan permintaan efektif (Alex S Nitisemito, 1981: 13).

2. Pengertian *Personal selling*

Personal selling adalah interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain. (Basu Swastha, 1996 : 260)

3. Proses *Personal Selling*

Terdapat 5 tahap dalam membentuk proses penjualan. Tahap-tahap tersebut adalah sebagai berikut (William J Stanton, 1984: 169).

- a. Persiapan Penjualan
- b. Penyelidikan atau menemukan pembeli potensial
- c. Prapendekatan calon-calon individual
- d. Penyajian penjualan
- e. Kegiatan purna jual

4. Macam Biaya Pemasaran

Menurut fungsi pemasaran, biaya pemasaran digolongkan sebagai berikut (Mulyadi, 1984 :222) :

- a. Biaya penjualan
- b. Biaya adpertensi
- c. Biaya pergudangan
- d. Biaya pembungkusan dan pengiriman
- e. Biaya kredit dan penagihan
- f. Biaya akuntansi Pemasaran

5. Pengertian Biaya Penjualan

Biaya penjualan merupakan salah satu bagian dari biaya pemasaran. Biaya penjualan adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan penjualan dan membawa produk ke pasar (Mulyadi, 1984: 221):

6. Macam Biaya Penjualan

Biaya penjualan perusahaan meliputi beberapa elemen berikut ini (Mulyadi, 1984 : 222) :

- a. Gaji salesman
- b. Bonus dan komisi salesman
- c. Biaya perjalanan salesman
- d. Biaya telepon penjualan

7. Pengertian Efisiensi

Dua konsepsi utama untuk mengukur prestasi kerja manajemen adalah efisiensi dan efektivitas. Efisiensi adalah kemampuan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan dengan benar. Efisiensi merupakan konsep matematik atau merupakan perhitungan rasio antara keluaran dan masukan. (Hani Handoko, 1998: 7).

Keluaran dan masukan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah jumlah setoran yang masuk dan biaya penjualan yang dikeluarkan. Efisiensi yang dimaksudkan adalah perhitungan rasio antara setoran penjualan yang diperoleh dengan besarnya biaya penjualan yang digunakan oleh PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta. Semakin kecil biaya penjualan yang dikeluarkan perusahaan dan semakin besarnya jumlah setoran yang diperoleh perusahaan menunjukkan semakin tinggi tingkat efisiensinya. Sebaliknya, semakin besar biaya penjualan yang dikeluarkan perusahaan dan semakin kecilnya jumlah setoran yang masuk menunjukkan semakin rendah tingkat efisiensinya.

8. Jenis Pengendalian Pemasaran

Pengendalian pemasaran dibedakan dalam empat jenis pengendalian (Philip Kotler, 1993: 424) :

- a. Pengendalian rencana tahunan
- b. Pengendalian profitabilitas
- c. Pengendalian efisiensi
- d. Pengendalian strategi

9. Indikator-Indikator Efisiensi Tenaga Penjualan

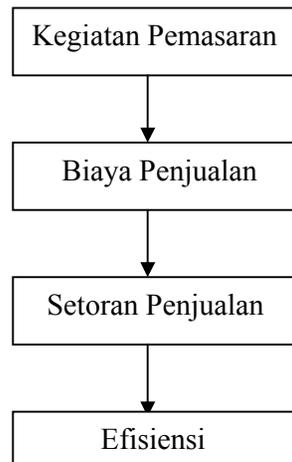
Ada beberapa indikator penting dari efisiensi tenaga penjualan (Philip Kotler, 1993: 440) :

- a. Jumlah rata-rata kunjungan penjualan setiap wiraniaga
- b. Waktu kunjungan rata-rata setiap kontak
- c. Pendapatan rata-rata setiap kunjungan penjualan
- d. Biaya rata-rata setiap kunjungan penjualan
- e. Biaya hiburan setiap kunjungan penjualan
- f. Persentase pesanan tiap 100 kali kunjungan penjualan
- g. Jumlah pelanggan baru setiap periode
- h. Jumlah pelanggan yang hilang tiap periode
- i. Biaya tenaga penjualan sebagai persentase dari penjualan total.

B. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran digunakan sebagai dasar atau landasan dalam pengembangan berbagai konsep dan teori yang digunakan dalam penelitian ini, serta hubungannya dengan perumusan masalah yang telah dirumuskan.

Mengacu pada konsep dan teori tersebut di atas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Dalam menjalankan kegiatan manajemen pemasaran, perusahaan yang memperluas orientasinya kepada pemasaran produknya akan mengeluarkan lebih banyak biaya untuk mendanai kegiatan pemasarannya. Dana itu disebut dengan biaya pemasaran. Salah satu jenis biaya pemasaran yang berperan penting dalam kegiatan pemasaran adalah biaya penjualan. Besar kecilnya biaya penjualan yang dikeluarkan mempengaruhi besar kecilnya volume penjualan dan tentunya juga berpengaruh pada jumlah setoran yang masuk. Perusahaan tentu berharap biaya penjualan yang dikeluarkan dapat ditekan serendah mungkin namun setoran penjualan dapat didorong setinggi mungkin. Dengan demikian maka akan dicapai efisiensi biaya penjualan yang semakin tinggi .

BAB III

GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan

Sejarah berdirinya perusahaan ini berawal pada tahun 1958, dimana pada saat itu pasangan guru SD yaitu Bp. H. Abdullah Marzuki dan istrinya Ibu Hj. Siti Aminah merintis sebuah usaha kecil-kecilan untuk menambah penghasilannya dengan membuat lembar kerja yang dikirim ke sekolah sekolah. Hal ini disebabkan karena sebagai guru di masa itu, mereka merasa kesulitan mendapatkan buku-buku materi sebagai bahan ajaran di sekolah.

Berawal dari lembaran-lembaran yang dihasilkannya, lambat laun Bp. H. Abdullah Marzuki juga berupaya membuat buku karena pada saat itu beliau melihat prospek untuk berusaha membuat buku sangat menjanjikan. Dengan peralatan yang sederhana, Bp. H. A. Marzuki dan istrinya berhasil membuat buku pelajaran untuk anak TK dan memasarkannya dengan bekerjasama dengan toko buku “TIGA”. Karena hasil karya beliau mendapatkan tanggapan yang bagus dari konsumen, maka pada 1959 Bp. H. A. Marzuki dan istrinya berupaya untuk membuat buku pelajaran yang dibutuhkan untuk tingkatan yang lebih tinggi. Kemudian naskah yang beliau hasilkan itu dibawa ke Solo untuk dicetak dengan mesin stensil yang masih sederhana di percetakan “TIGA”. Dengan mesin cetak tersebut, pasangan tersebut berhasil mencetak Buku Himpunan Pengetahuan Alam (HPA) dan Himpunan Pengetahuan Umum (HPU) untuk anak-anak SD yang pada

awalnya hanya dipasarkan di lingkungan sekitarnya, yaitu SD Watu Kelir Sukoharjo.

Karena perkembangan semakin maju dan buku hasil karyanya mendapat tanggapan yang bagus dari konsumen, maka pada tahun 1969 usaha percetakan tersebut dipindahkan ke Jl. Hayam Wuruk II B Solo yang sekarang bernama Jl. Dr. Soepomo No. 23 Surakarta. Adapun yang menjadi alasan pemindahan lokasi tersebut adalah agar mudah dalam memperoleh bahan baku dan bahan penolong, mempermudah konsumen untuk mencarinya, serta mudah untuk memasarkan produknya karena transportasi yang lancar, sehingga semuanya menjadikan gerak langkah perusahaan menjadi leluasa. Dan untuk mengenangnya, usaha percetakan tersebut diberi nama **TIGA SERANGKAI**.

Awal meningkatnya usaha penerbitan dan percetakan Tiga Serangkai adalah tahun 1970 dimana perusahaan mendatangkan mesin Heidelberg Cord untuk pertama kalinya. Kemudian pada tahun 1972 mulai dibangun gedung Tiga Serangkai sebagai tempat beroperasi. Dan pada tahun 1977, Tiga Serangkai yang semula merupakan usaha perseorangan mendaftarkan diri menjadi **Penerbit dan Percetakan Tiga Serangkai**. Sebagai penerbit dan toko buku, perusahaan kemudian merekrut karyawan dari daerah sekitar untuk mengembangkan usahanya. Dan sejak saat itu, perusahaan ini berubah menjadi CV. Seiring dengan perjalanannya **CV. Tiga Serangkai** yang berkembang lebih maju berupaya untuk turut membangun dan mencerdaskan

bangsa mendapat respon yang bagus dari segenap konsumen dari luar kota dan mendapat banyak permintaan.

Untuk menunjang pelaksanaan produksi, pada tahun 1980 melengkapi peralatannya dengan mesin produksi modern. Dan pada tahun 1989 mulai mendatangkan peralatan foto sparasi SCANNER untuk meningkatkan kualitas percetakan berwarna. Dan pada tahun 1990 menambah mesin cetaknya dengan memasang mesin offset Rotary Web 4 warna untuk melengkapi peralatan cetak yang sudah ada.

Pada tahun 1991, tepatnya bulan Mei, Bp. H. A. Marzuki sebagai perintis percetakan buku meninggal dunia. Untuk melanjutkan usahanya, CV. Tiga Serangkai berusaha untuk lebih maju lagi dengan komitmen di bidang pendidikan dengan menyediakan buku-buku yang berkualitas. Dan pada tanggal 19 Desember 1991, CV. Tiga Serangkai berubah menjadi **PT. TIGA SERANGKAI**, perusahaan penerbitan dan percetakan buku-buku pelajaran maupun buku umum dengan 5 orang pemegang saham.

Kini dengan armada pemasaran yang lebih dari 30 kota besar di seluruh Indonesia, PT. Tiga Serangkai siap untuk melayani kebutuhan buku-buku bermutu sebagai penunjang untuk anak-anak TK, SD, SMP, SMU hingga masyarakat umum. Sebagai upaya untuk menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat, PT. Tiga Serangkai turut aktif dalam organisasi Perusahaan Penerbit buku di Indonesia, yaitu dengan menjadi anggota IKAPI (Ikatan Penerbit Indonesia). Keuntungan yang diperoleh

dengan menjadi anggota IKAPI adalah menjaga konsistensi pengadaan naskah mutu cetak pemasaran.

Nama Perusahaan : PT. TIGA SERANGKAI PUSTAKA MANDIRI

Alamat : Jl. Dr. Supomo No. 23 Surakarta Jawa Tengah

No telp : (0271) 714344

Bidang Usaha : Penerbitan dan Percetakan

Dasar hukum berdirinya PT. Tiga Serangkai adalah sebagai berikut:

1. Penerbit Tiga Serangkai didirikan di Surakarta tanggal 12 April 1977 melalui akta Notaris Nomor 17 oleh Notaris R. Soegondo Notodisoerjo. dengan nama Penerbit dan Toko Buku Tiga Serangkai dengan berbentuk perusahaan perseorangan atau swasta.
2. Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) dari Departemen Perdagangan RI dengan Nomor SIUP : 25/11.2/PB/XI/1986. tertanggal 25 November 1989.
3. Tanda Daftar Perusahaan dari Departemen Perdagangan RI dengan nomor pendaftaran : 11 16 02085 tertanggal 17 Desember 1986.
4. Ijin HO No. 503/591/I/III/1998. tertanggal 20 November 1989.
5. Ijin Perindustrian dari Departemen Perindustrian RI. berdasarkan SK Menteri Perindustrian RI No. 464/DJA/TUT – DV/NON serta didasarkan juga pada PMA-PMA_PMDN/IX/1987 tertanggal 7 September 1987.

Tujuan utama didirikan perusahaan adalah untuk mendapatkan laba. Demikian pula dengan PT. Tiga Serangkai yang tidak terlepas dari faktor sosial dan masyarakat. Yang menjadi tujuan PT. Tiga Serangkai adalah :

1. Ikut serta membangun bangsa, khususnya meningkatkan kecerdasan bangsa dengan menyediakan buku-buku pendidikan, melalui pencarian naskah, produksi, penerbitan, dan memasarkannya pada seluruh masyarakat.
2. Ikut aktif dalam upaya untuk meningkatkan kesejahteraan umum dengan menyediakan lapangan kerja.

B. Perkembangan Usaha

Karena perkembangan pasar semakin pesat, dibukalah kantor perwakilan dan sub perwakilan di kota-kota besar di seluruh Indonesia. Dan usaha tersebut dimulai sejak 1988. Fungsi pendirian kantor perwakilan adalah mengambil sebagian tugas dari kantor pusat (PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri). Disamping itu, pembukaan kantor perwakilan tersebut juga merupakan salah satu langkah untuk mengembangkan diri agar lebih maju, khususnya di bidang penerbitan dan percetakan. Kantor perwakilan yang dibuka diberi nama sebagai **Kantor Unit Pemasaran**. Unit pemasaran yang dibuka merupakan perwakilan yang melaksanakan kegiatan pemasaran dan terbagi menjadi beberapa wilayah :

1. Unit Pemasaran DIY dan Jawa Tengah

Meliputi: Surakarta, Yogyakarta, Magelang, Purwokerto, Tegal, Semarang, dan Kudus.

2. Unit Pemasaran DKI dan Jawa Barat

Meliputi: Jakarta Pusat, Jakarta Utara, Jakarta Selatan, Jakarta Timur, Jakarta Barat, Cirebon, Bandung, Bogor, Tasikmalaya, Tangerang, dan Bekasi.

3. Unit Pemasaran Jawa Timur

Meliputi: Surabaya, Malang, Kediri, Madiun, Jember, dan Sidoarjo.

4. Unit Pemasaran Sumatra dan Riau

Meliputi: Medan, Baturaja, Pematang Siantar, Padang, Bengkulu, Pekanbaru, Jambi, Palembang, dan Lampung.

5. Unit Pemasaran NTT dan Bali

Meliputi: Denpasar.

6. Unit Pemasaran Kalimantan

Meliputi: Banjarmasin, Palangkaraya, Samarinda dan Pontianak.

7. Unit Pemasaran Sulawesi

Meliputi: Palu, Makasar, Manado, dan Pare-Pare.

Tiga Serangkai unit pemasaran Surakarta didirikan pada tahun 1988 oleh Bapak Tohjali. Pada awal pendiriannya, karyawan yang ada berjumlah 20 orang yang berasal dari daerah Surakarta dan sekitarnya. Dalam usaha untuk menjangkau konsumen yang lebih jauh, Tiga Serangkai unit pemasaran Surakarta membuka kantor sub perwakilan yang ada di setiap kabupaten. Hal tersebut dilakukan karena permintaan cukup banyak dan peluang pasarnya cukup bagus. Disamping itu juga sebagai upaya untuk mendekatkan diri

dengan konsumen yang berada di luar kota sehingga dapat memberikan pelayanan yang lebih cepat.

Pada tanggal 1 Januari 2001, Tiga Serangkai unit pemasaran Surakarta namanya berubah menjadi **PT. TIGA SERANGKAI INTERNASIONAL** yang merupakan distributor dari produk-produk PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri yang melaksanakan kegiatan dibidang distribusi dan pemasaran.

Kantor perwakilan : PT. TIGA SERANGKAI INTERNASIONAL

Alamat : Jl. Yosodipuro No. 92 Solo. Telp. (0271) 718049

Bidang usaha : Distribusi dan Pemasaran

Wilayah pemasaran : Seluruh Karesidenan Surakarta dan sekitarnya

Meliputi : Sragen, Karanganyar, Sukoharjo,

Klaten, Boyolali dan Wonogiri

C. Personil Perusahaan

Dalam menjalankan aktivitas pendistribusian produk buku. PT. Tiga Serangkai Internasional tidak terlepas dari personil-personil yang melaksanakan tugas-tugas yang berhubungan dengan administrasi dan penjualan sehingga tujuan perusahaan tercapai secara maksimal.

Sampai saat ini, personil yang ada pada PT. Tiga Serangkai Internasional Surakarta berjumlah 36 orang yang terdiri dari :

Branch Manager : 1 orang

Deputy Branch Manager : 1 orang

Chief Administrasi : 1 orang

Supervisor Operasional : 8 orang

| | | |
|----------------------|---|----------------|
| Sales Representative | : | 18 orang |
| Sales Administration | : | 3 orang |
| Shipper | : | 2 orang |
| Driver | : | 1 orang |
| Helper | : | <u>1 orang</u> |
| JUMLAH | : | 36 orang |

Dalam melaksanakan tugas dan fungsinya. PT TIGA SERANGKAI INTERNASIONAL Cabang Surakarta menerapkan 6 hari kerja dalam seminggu. Karyawan diharapkan dapat memanfaatkan waktu yang ada dengan sebaik-baiknya. Jam kerja yang dijalani karyawan adalah sebagai berikut:

1. Hari Senin – Kamis, jam kerja pukul 07.30 – 16.00 dengan 1 jam istirahat pada pukul 12.00 – 13.00.
2. Hari Jum'at, jam kerja pukul 07.30 – 16.00 dengan jam istirahat 11.30– 13.00.
3. Hari Sabtu, jam kerja 07.30 – 13.00.
4. Hari Minggu dan hari besar libur

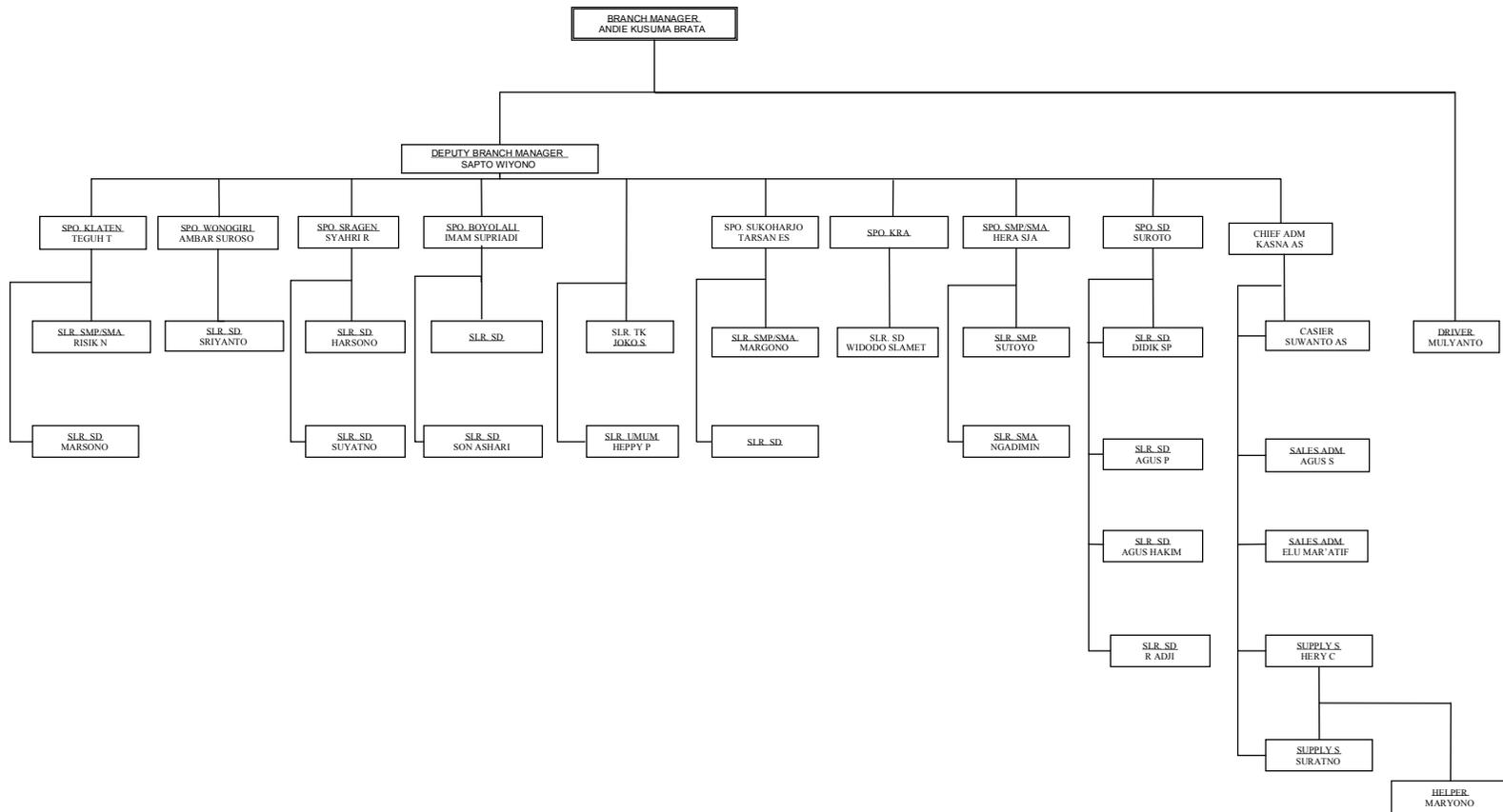
D. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi menunjukkan kerangka dan susunan perwujudan pola tetap hubungan-hubungan diantara fungsi-fungsi. Bagian atau posisi maupun orang-orang yang menunjukkan kedudukan, tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang berbeda-beda dalam suatu organisasi. Dimana dalam

pembuatannya harus disesuaikan dengan luasnya bidang usaha serta permasalahan yang dihadapi.

Dalam melaksanakan fungsinya di bidang pendistribusian dan pemasaran, PT Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta mempunyai struktur organisasi yang diharapkan dapat bekerjasama secara kooperatif. Dengan gambar bagan organisasi sebagai berikut:

Gambar III.1
Bagan Struktur Organisasi



E. Deskripsi Jabatan

Tugas dan fungsi masing-masing bagian:

1. Branch Manager
 - a. Bertanggung jawab penuh atas seluruh aset perusahaan.
 - b. Melakukan pendekatan kepada instansi-instansi yang berkaitan dengan pemakaian buku.
 - c. Mengkoordinir semua karyawan.
2. Deputy Branch Manager
 - a. Membantu tugas-tugas pokok *Branch Manager*.
 - b. Melakukan pembinaan terhadap seluruh karyawan yang berada di bawahnya, baik dalam bidang pemasaran maupun administrasi.
 - c. Mengkoordinir seluruh pelaksanaan tugas personil di bawahnya.
3. Chief Administrasi
 - a. Menerima laporan dan melaksanakan administrasi dari kasir, bagian piutang, bagian gudang dan administrasi lainnya.
 - b. Memberikan laporan kepada *Branch Manager* tentang administrasi perusahaan.
 - c. Mengadakan pengawasan administrasi perusahaan.
 - d. Memberdayakan staf-staf tentang pekerjaannya.
 - e. Membantu *Branch Manager* dalam bidang kesekretariatan.
4. Kasir
 - a. Menerima uang dari sales representative dan supervisor operational dan mencatatnya ke dalam buku penerimaan kas serta melaporkannya kepada *Chief Administrasi*.

- b. Menyetor uang kepada kantor pusat.
- c. Menginput kuitansi-kuitansi ke computer.
- d. Menerima dana operasional dari kantor pusat.
- e. Mengajukan dana untuk operasional ke kantor pusat berdasarkan bukti-bukti pengeluaran.
- f. Memberikan laporan kepada kantor pusat tentang pengeluaran untuk biaya operasional kantor cabang.

5. Piutang

- a. Membuat *order on hand* dan nota penjualan dari petugas gudang.
- b. Mengarsip nota penjualan untuk dicatat ke kartu piutang.
- c. Membuat nota tagihan dan jadwal penagihan.
- d. Mencatat semua transaksi penjualan kredit ke jurnal penjualan.
- e. Melakukan *cross check* piutang dengan *sales*.
- f. Mengecek saldo piutang manual dengan computer.
- g. Melaporkan saldo-saldo piutang dagang yang telah jatuh tempo.
- h. Bertanggungjawab terhadap keakuratan saldo piutang.

6. Gudang

- a. Mencatat masuk dan keluarnya barang.
- b. Melakukan pesanan barang ke kantor pusat.
- c. Menerima barang dari kantor pusat dan melakukan klaim jika barang tidak sesuai dengan pesanan.
- d. Menata barang di gudang.

- e. Mencatat stok barang-barang di gudang ke dalam kartu stok barang.
- f. Mengecek jumlah persediaan barang secara fisik, dengan kartu stok yang ada pada computer.
- g. Menerima order, menyiapkan dan mengimkan barang kepada *sales office* maupun ke relasi (sekolah, guru, instansi lain).
- h. Membuat laporan perkembangan stok gudang pada akhir periode.
- i. Membuat nota pengeluaran atas barang yang dipesan oleh konsumen.

7. *Supervisor Operational*

- a. Melakukan promosi, penjualan dan menyetorkan uang hasil penjualan ke kantor cabang.
- b. Mengkoordinasikan program-program pemasaran kepada salesman.
- c. Mengadakan pendekatan kepada relasi.
- d. Mengadakan *cross check* terhadap hasil program salesman.
- e. Penggarapan pangsa pasar di daerah binaan: sekolah, guru inti, MGMP, K3S, Depdikbud.
- f. Bertanggungjawab penuh untuk menjaga stabilitas dan keharmonisan dari *sales office*.

8. *Salesman*

- a. Menerima pesanan buku dari konsumen.
- b. Mengirimkan barang ke konsumen.

- c. Menyerahkan faktur penjualan dan uang ke kasir setiap ada penjualan.
- d. Membuat bukti pembayaran kepada customer.
- e. Menerima pembelian barang dari konsumen dan dibuatkan nota retur penjualan.

9. *Helper*

- a. Membantu tugas bagian gudang untuk penataan dan perhitungan barang.

10. *Driver*

- a. Membantu Branch manager dalam melakukan kunjungan ke instansi-instansi.

F. Kegiatan Bauran Pemasaran

PT. Tiga Serangkai Internasional sebagai sebuah perusahaan distributor tentunya sangat membutuhkan strategi pemasaran yang baik agar kegiatan perusahaan dapat berlangsung dengan baik dan menghasilkan laba yang tinggi perusahaan. Kegiatan atau aktivitas perusahaan pun tidak dapat dilepaskan dari strategi pemasaran yang merupakan suatu kombinasi untuk menciptakan strategi pemasaran yang tepat, yang ditujukan agar tujuan perusahaan tercapai dan memenangkan persaingan dengan tercapainya penjualan yang maksimal. Strategi pemasaran tersebut antara lain:

1. Strategi Produk

Mengingat pasar yang terus berubah, maka perusahaan harus mengambil keputusan produk sesuai dengan pasar tersebut. Konsumen

yang menginginkan sesuatu yang baru harus memecut PT Tiga Serangkai untuk selalu berpikir kreatif dan mencari terobosan-terobosan baru yang membedakan dari para pesaing. Strategi produk yang digunakan PT. Tiga Serangkai adalah menetapkan suatu cara dan menyediakan produk yang tepat dan sesuai. Khusus untuk buku pelajaran, ada produk yang menawarkan sesuatu yang lebih. Tidak hanya tampilan warna yang menarik, tetapi isi yang lebih kaya dengan latihan-latihan yang lebih variatif. Semua produk menuntut inovasi agar berbeda dengan yang lainnya. Mengingat inovasi dapat segera ditiru oleh yang lain, karena itu inovasi harus terus menerus dilakukan untuk mempertahankan eksistensinya di pasar. Inovasi tidak hanya dilakukan dalam upaya meningkatkan kualitas produk, tetapi juga dalam bidang pelayanan (*service*). Pencarian ide-ide terobosan baru dalam memperbaiki pelayanan(*service*) harus terus menerus dicari.

Adapun produk buku yang didistribusikan PT. Tiga Serangkai Branch Office Surakarta antara lain:

- a. School Books Distribution
- b. Children Magazine Distribution
- c. “Product Related” Distribution

Dengan usaha-usaha tersebut diharapkan produk-produknya tetap dapat bersaing di pasar sehingga penjualan yang maksimal pun dapat tercapai.

2. Strategi harga

Dalam menyusun kebijaksanaan harga, hal-hal pokok yang diperhitungkan antara lain:

- a. Perhitungan tingkat laba yang harus diperoleh perusahaan
- b. Harga dibatasi permintaan
- c. Harga dibatasi oleh biaya pokok barang

Harga yang ditetapkan oleh PT. Tiga Serangkai Internasional adalah harga standar untuk anak-anak sekolah yang ditetapkan dengan mempertimbangkan harga pesaingnya. Kebijakan harga ini sama untuk semua kantor-kantor perwakilan yang telah dibuka di seluruh Indonesia.

3. Strategi distribusi

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pendistribusian, PT. Tiga Serangkai Internasional berupaya mengambil tindakan dalam melakukan distribusi dengan mendistribusikan buku-buku yang berkualitas, maka PT. Tiga Serangkai Internasional harus mampu menciptakan pelayanan yang bagus bagi konsumen. Dalam mendistribusikan produknya, PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta menggunakan saluran distribusi langsung dan tidak langsung.

- a. Saluran distribusi langsung dilakukan dengan cara menyampaikan langsung melalui tenaga penjual (*salesman*) yaitu saluran dari produsen ke konsumen. Salesman tersebut, setiap saat akan mengunjungi relasi-relasinya ke sekolah-sekolah baik TK, SD,

SMP maupun SMU yang berada di wilayah Surakarta dan sekitarnya.

- b. Saluran distribusi tidak langsung dilakukan dengan melalui agen-agen pemasaran yang dimiliki di seluruh Indonesia, ataupun melalui toko-toko buku, yaitu saluran dari produsen ke agen ke pengecer ke konsumen dan saluran dari produsen ke pengecer ke konsumen.

4. Kegiatan promosi

Promosi merupakan salah satu unsur dari pemasaran, kegiatan promosi dilaksanakan perusahaan guna memperkenalkan produk serta meningkatkan penjualan, PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta yang bergerak dibidang distribusi dan pemasaran produk buku-buku dari penerbit dan percetakan PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri (TSPM), berupaya memenuhi kebutuhan para konsumennya dengan menerapkan strategi promosi sebagai berikut:

a. Advertising (periklanan)

Periklanan yang dilakukan PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta adalah dengan pembuatan katalog dan spanduk yang diberikan ke sekolah-sekolah maupun instansi-instansi. Spanduk juga diberikan untuk mengucapkan selamat hari raya misalnya selamat hari raya Idul Fitri, Tahun Baru Hijriah, dan lain-lain. Dan juga diberikan untuk mendukung event-event tertentu misalnya olahraga.

b. *Personal Selling*

Dilakukan oleh pihak Tiga Serangkai dengan mengadakan kunjungan langsung ke konsumen baik itu ke rumah, sekolah maupun ke instansi-instansi. Hal tersebut dilakukan untuk menciptakan permintaan. Untuk menjalankan kegiatan *personal selling*, perusahaan memerlukan adanya biaya penjualan. Hal ini sangat penting karena para salesman membutuhkan dana untuk membiayai kegiatannya menjual dan menyalurkan barang kepada konsumen. Biaya penjualan yang dikeluarkan meliputi 3 macam, yaitu biaya gaji salesman, biaya komisi salesman serta biaya perjalanan salesman.

c. Promosi Penjualan

Dilakukan dengan memberikan hadiah-hadiah serta pemberian rabat kepada konsumen agar tetap setia terhadap produk PT. Tiga Serangkai Internasional. Disamping itu, juga mengadakan pameran buku untuk memperkenalkan produk Tiga Serangkai kepada masyarakat luas, serta turut andil dalam dunia pendidikan dengan memberikan sumbangan buku dan pemberian buku “contoh” kepada guru dan menyediakan buku-buku yang berkualitas kepada masyarakat luas.

d. Publisitas

Publisitas bagi PT. Tiga Serangkai Internasional merupakan suatu hal yang penting bagi kehidupan perusahaan. Dan usaha

tersebut diwujudkan dengan mengadakan kunjungan-kunjungan ke sekolah, guru maupun instansi-instansi guna mempererat hubungan kerjasama serta menciptakan suasana kekeluargaan.

G. Laporan Kegiatan Magang Kerja

1. Lokasi dan Penempatan

Kegiatan magang kerja dilaksanakan pada PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta yang berlokasi di Jl. Yosodipuro No. 92 Surakarta. Penulis melakukan kegiatan magang kerja pada bagian administrasi perusahaan, namun mengingat latar belakang studi kami adalah mahasiswa Ekonomi jurusan manajemen pemasaran maka kami juga diberi kesempatan bertugas pada bagian pemasaran.

2. Jangka waktu dan rincian kegiatan magang kerja

Kegiatan magang kerja pada PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta berlangsung dalam jangka waktu satu bulan mulai pada tanggal 31 Januari 2005 hingga tanggal 28 Februari 2005. Rutinitas kegiatan penulis sehari-hari pada PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta adalah :

| Jam | Kegiatan |
|---------------|--------------|
| 07.30 – 08.00 | Tausiyah |
| 08.00 – 12.00 | Magang kerja |
| 12.00 – 13.00 | Istirahat |
| 13.00 – 16.00 | Magang kerja |

Penulis menjalani magang kerja selama 5 hari dalam satu minggu mulai dari hari Senin sampai hari Jumat. Penulis mendapat libur pada hari Sabtu, Minggu dan hari besar. Kegiatan yang dilakukan meliputi beberapa hal antara lain mengedit data, menginput data, melakukan rekapitulasi data persediaan gudang, pencatatan data pengiriman dan penerimaan barang serta retur barang dari pembeli. Selain itu penulis juga berkesempatan untuk turun langsung ke lapangan bersama para *salesman* ke SD, SMP dan SMA. Bersama para *salesman*, penulis melakukan kegiatan seperti menawarkan barang, melakukan penagihan, menerima pembayaran serta menerima retur barang.

H. Analisis Dan Pembahasan

Dari penjelasan pada bab-bab sebelumnya, telah kita ketahui bahwa untuk mendanai kegiatan pemasarannya, suatu perusahaan memerlukan adanya biaya pemasaran dimana salah satu elemennya adalah biaya penjualan. Setiap perusahaan tentunya mengharapkan terciptanya efisiensi dalam penggunaan biaya penjualan tersebut. Apabila biaya penjualan dapat ditekan serendah mungkin dan volume penjualan dapat dipacu setinggi mungkin, maka akan tercipta tingkat efisiensi yang tinggi. Karena volume penjualan pada PT. Tiga Serangkai Internasional selaku obyek yang diteliti dilakukan secara kredit, maka tidak seluruh jumlah volume penjualan dapat disetorkan sekaligus. Oleh karena itu, maka tingkat efisiensi biaya penjualan akan semakin tinggi apabila biaya penjualan dapat ditekan serendah mungkin dan jumlah setoran yang masuk dapat dipacu setinggi mungkin.

1. DATA-DATA PERUSAHAAN

Data-data yang diperlukan adalah data-data mengenai biaya penjualan dan setoran penjualan. Untuk memperjelas dalam melakukan analisa data, maka data-data dari perusahaan dapat disajikan dalam bentuk tabel.

a. Setoran Penjualan

Dengan adanya sistem penjualan secara kredit yang diterapkan oleh PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta, maka jumlah volume penjualan yang dicapai oleh para salesman tidak seluruhnya dapat disetorkan sekaligus ke perusahaan. Hal ini terjadi karena pihak sekolah yang membeli buku dari PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta melakukan pembayaran secara berjangka sesuai dengan jumlah uang yang terkumpul dari para murid. Berikut ini adalah data jumlah setoran dari tahun 2000 hingga tahun 2004:

Tabel III.1
Setoran Penjualan
PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta
Tahun 2000-2004

| Tahun | Setoran Penjualan |
|--------------|---------------------------|
| 2000 | Rp 413.784.962,00 |
| 2001 | Rp 560.075.500,00 |
| 2002 | Rp 400.056.250,00 |
| 2003 | Rp1.680.534.369,00 |
| 2004 | Rp2.161.433.526,00 |
| Total | Rp5.215.884.607,00 |

Sumber : PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta

Dari data tersebut di atas, dapat dilihat bahwa setoran penjualan sempat naik dari tahun 2000 ke tahun 2001, kemudian turun pada tahun 2002. Kenaikan yang tinggi terjadi pada tahun 2003 dan 2004. Hal ini

terjadi karena pada tahun tersebut telah terjadi kenaikan harga buku yang besar-besaran. Hal ini pula yang memicu bergantinya sistem pemberian komisi pada bulan Juli 2003.

b. Biaya penjualan

Biaya penjualan merupakan salah satu bagian dari biaya pemasaran. Biaya penjualan itu sendiri adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk pelaksanaan kegiatan penjualan dan membawa produk ke pasar.

Biaya penjualan yang dikeluarkan PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta meliputi 3 macam :

1) Biaya gaji salesman

Biaya gaji untuk para salesman diberikan setiap bulan sekali. Besar gaji yang diterima antara salesman satu dengan yang lainnya tidak sama karena disesuaikan dengan masa kerja masing-masing salesman.

Tabel III.2
BIAYA GAJI SALESMAN
PT. TIGA SERANGKAI INTERNASIONAL
CABANG SURAKARTA

| Tahun | Biaya gaji salesman |
|--------|---------------------|
| 2000 | Rp 70.911.470.00 |
| 2001 | Rp 87.356.984.00 |
| 2002 | Rp 88.160.960.00 |
| 2003 | Rp 186.389.880.00 |
| 2004 | Rp 226.466.400.00 |
| jumlah | Rp 659.285.694.00 |

Sumber : PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta

2) Komisi salesman

Sistem pemberian komisi bagi salesman dari tahun 2000 hingga tahun 2004 mengalami perubahan pada tahun 2003. Sistem pemberian komisi lama masih dipergunakan pada bulan Januari 2000 hingga bulan Juni 2003, namun mulai bulan Juli 2003 sistem pemberian komisi yang diberikan sudah berubah menjadi sistem yang baru. Sistem pemberian komisi lama terdiri dari pembagian komisi bulanan serta pembagian komisi tahunan bila target atau rencana jual tahunan tercapai.

Sistem pemberian komisi lama didasarkan pada jumlah setoran dikalikan dengan prosentase komisi yang ditetapkan perusahaan. Besarnya prosentase komisi salesman serta target penjualan tahunan merupakan hasil keputusan dalam rapat bersama oleh kantor pusat. Sedangkan, sistem pemberian komisi baru dibagikan pada bulan-bulan tertentu dimana jumlah setoran sudah mulai tinggi, yaitu pada bulan April, Mei, Juni, Oktober, Nopember dan Desember. Berikut ini adalah perbedaan rumus perhitungan komisi salesman dengan sistem lama dan sistem baru beserta tabel komisi dan target penjualan :

Sistem Lama :

a) Komisi bulanan

= prosentase komisi bulanan x setoran bulanan

Apabila target nilai penjualan tercapai maka pada akhir tahun terdapat pembagian komisi tahunan dengan rumus sebagai berikut :

b) Komisi Tahunan

= prosentase komisi tahunan x setoran tahunan

Tabel III.3
TARGET NILAI PENJUALAN
TAHUN 2000-2004

| Tahun | Nilai Penjualan | Target penjualan |
|--------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 2000 | Rp 1.490.989.849,00 | Rp 1.652.850.000,00 |
| 2001 | Rp 2.032.145.540,00 | Rp 2.484.650.000,00 |
| 2002 | Rp 2.882.789.725,00 | Rp 2.533.320.500,00 |
| 2003 | Rp 3.667.404.234,00 | Rp 3.641.599.000,00 |
| 2004 | Rp 3.321.102.231,00 | Rp 3.250.450.000,00 |
| Total | Rp 13.394.431.579,00 | Rp 13.562.869.500,00 |

Sumber : PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta

Tabel III.4
TABEL KOMISI SALESMAN
TAHUN 2000-2003
(dalam rupiah)

| TAHUN | JENIS KOMISI | | | |
|--------|--------------|---------------|---|---------------|
| | % | BULANAN | % | TAHUNAN |
| 2000 | 5 | 20.689.248,13 | 3 | 12.413.548,87 |
| 2001 | 5 | 28.003.775,00 | | |
| 2002 | 5 | 20.002.812,50 | 3 | 12.001.687,50 |
| 2003 | 2,75 | 18.413.544,00 | | |
| Jumlah | | 87.109.379,63 | | 13.613.717,37 |

Sumber:PT.Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta

Tabel III.5
Rumus Perhitungan Komisi Sistem Baru

| No | Volume Seri B | Komisi % | Collection | | | | | | Perhitungan | | |
|----|------------------|-------------|------------|------|-------|------|-----|------|-----------------|-----------------|-----------------|
| | | | Maret | % | April | % | Mei | % | April | Mei | Juni |
| A | B | C | D | E | F | G | H | I | | | |
| 1 | 135000 | 2,25 | 70 | 2,25 | 85 | 2,00 | 98 | 1,50 | Rp. Dx((C+E):2) | Rp. Fx((C+G):2) | Rp. Hx((C+I):2) |
| 2 | 20000 | 2,50 | 65 | 2,50 | 83 | 2,25 | 96 | 1,75 | Rp. Dx((C+E):2) | Rp. Fx((C+G):2) | Rp. Hx((C+I):2) |
| 3 | 30000 | 2,75 | 60 | 2,75 | 80 | 2,50 | 94 | 2,00 | Rp. Dx((C+E):2) | Rp. Fx((C+G):2) | Rp. Hx((C+I):2) |

| No | Volume Seri A | Komisi % | Collection | | | | | | Perhitungan | | |
|----|------------------|-------------|------------|------|-----|------|-----|------|-----------------|-----------------|-----------------|
| | | | SEP | % | OKT | % | NOP | % | OKTOBER | NOPEMBER | DESEMBER |
| A | B | C | D | E | F | G | H | I | | | |
| 1 | 7000 | 2,25 | 70 | 2,25 | 85 | 2,00 | 98 | 1,50 | Rp. Dx((C+E):2) | Rp. Fx((C+G):2) | Rp. Hx((C+I):2) |
| 2 | 10000 | 2,50 | 65 | 2,50 | 83 | 2,25 | 96 | 1,75 | Rp. Dx((C+E):2) | Rp. Fx((C+G):2) | Rp. Hx((C+I):2) |
| 3 | 15000 | 2,75 | 60 | 2,75 | 80 | 2,50 | 94 | 2,00 | Rp. Dx((C+E):2) | Rp. Fx((C+G):2) | Rp. Hx((C+I):2) |

Keterangan : A = Golongan komisi

B = Minimal jumlah buku yang terjual(dalam eksemplar)

C = Prosentase komisi utama

D = Prosentase minimal setoran bulan Maret atau September

E = Prosentase komisi bulan Maret atau September

F = Prosentase minimal setoran bulan April atau Oktober

G = Prosentase komisi bulan April atau Oktober

H = Prosentase minimal setoran bulan Mei atau Nopember

I = Prosentase komisi bulan Mei atau Nopember

Berikut ini adalah data biaya komisi salesman selama 5 tahun mulai dari tahun 2000 hingga tahun 2004 :

Tabel III.6
BIAYA KOMISI SALESMAN
PT. TIGA SERANGKAI INTERNASIONAL
CABANG SURAKARTA

| Tahun | Biaya komisi salesman |
|--------|-----------------------|
| 2000 | Rp 33.102.797,00 |
| 2001 | Rp 28.003.775,00 |
| 2002 | Rp 32.004.500,00 |
| 2003 | Rp 41.775.989,00 |
| 2004 | Rp 57.004.737,00 |
| jumlah | Rp 225.112.887,00 |

Sumber : PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta

Biaya komisi salesman sempat menurun pada tahun 2001 lalu naik kembali hingga tahun 2004. Penurunan yang terjadi pada tahun 2001 diakibatkan karena target penjualan pada tahun tersebut tidak tercapai sehingga komisi tahunan tidak dapat dibagikan. Kenaikan yang terjadi pada tahun 2003 terjadi karena pada pertengahan tahun 2003 terjadi pergantian sistem pemberian komisi yang memungkinkan salesman untuk mendapat komisi lebih besar. Begitu pula halnya dengan tahun 2004, dimana perhitungan komisi salesman selama satu tahun penuh sudah menggunakan sistem baru sehingga juga terjadi kenaikan biaya komisi salesman.

3) Biaya perjalanan salesman

Biaya perjalanan salesman terbagi menjadi 2 macam, yaitu biaya sewa motor dan biaya BBM. Biaya ini dibayarkan setiap satu bulan sekali bersamaan dengan pembayaran gaji salesman.

Tabel III.7
BIAYA PERJALANAN SALESMAN
PT. TIGA SERANGKAI INTERNASIONAL
CABANG SURAKARTA
Tahun 2000-2004

| Tahun | Biaya Perjalanan Salesman | |
|--------|---------------------------|----------------|
| 2000 | Rp | 17.727.860.00 |
| 2001 | Rp | 21.839.246.00 |
| 2002 | Rp | 22.040.240.00 |
| 2003 | Rp | 46.597.470.00 |
| 2004 | Rp | 56.616.600.00 |
| jumlah | Rp | 164.821.416.00 |

Sumber : PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta

Adapun ringkasan perkembangan biaya penjualan yang dikeluarkan PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta selama kurun waktu 5 tahun, yaitu mulai dari tahun 2000 hingga tahun 2004 adalah sebagai berikut :

Tabel III.8
BIAYA PENJUALAN
PT. TIGA SERANGKAI INTERNASIONAL CABANG SURAKARTA
Tahun 2000-2004 (dalam rupiah)

| Tahun | Biaya penjualan | | | Total biaya |
|-------|---------------------|-----------------------|---------------------------|-------------|
| | Biaya gaji salesman | Biaya komisi salesman | Biaya perjalanan salesman | |
| 2000 | 70.911.470 | 33.102.797 | 17.727.860 | 121.742.127 |
| 2001 | 87.356.984 | 28.003.775 | 21.839.246 | 137.200.005 |
| 2002 | 88.160.960 | 32.004.500 | 22.040.240 | 142.205.700 |
| 2003 | 186.389.880 | 41.775.989 | 46.597.470 | 274.763.339 |
| 2004 | 226.466.400 | 57.004.737 | 56.616.600 | 340.087.737 |

Sumber : PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta

Biaya penjualan yang dikeluarkan oleh PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta cenderung naik dari tahun ke tahun, mulai dari sebesar Rp. 121.742.127,00 pada tahun 2000 hingga mencapai Rp. 340.087.737,00 pada tahun 2004. Naiknya total biaya penjualan ini terbentuk karena biaya gaji salesman, biaya komisi

salesman dan biaya perjalanan salesman secara umum juga mengalami kenaikan. Sedikit penurunan hanya terjadi pada biaya komisi salesman pada tahun 2001.

Kenaikan total biaya penjualan PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta yang cukup besar pada tahun 2003 dan 2004 merupakan dampak dari berubahnya sistem pemberian komisi salesman pada pertengahan tahun 2003.

2. ANALISIS EFISIENSI

Untuk menghitung tingkat efisiensi biaya penjualan pada PT. Tiga Serangkai Cabang Surakarta, maka terlebih dahulu harus diketahui perbandingan perkembangan biaya penjualan dan jumlah setoran penjualan yang masuk ke perusahaan. Data tersebut disajikan secara ringkas dalam tabel berikut ini :

Tabel III.9
BIAYA PENJUALAN DAN SETORAN PENJUALAN
PT. TIGA SERANGKAI INTERNASIONAL CABANG SURAKARTA
TAHUN 2000-2004 (dalam rupiah)

| Tahun | Biaya penjualan | Setoran penjualan |
|--------------|------------------------|--------------------------|
| 2000 | 121.742.127 | 413.784.962 |
| 2001 | 137.200.005 | 560.075.500 |
| 2002 | 142.205.700 | 400.056.250 |
| 2003 | 274.763.339 | 1.680.534.369 |
| 2004 | 340.087.737 | 2.161.433.526 |
| Total | 1.015.998.908 | 5.215.884.607 |

Sumber : PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta

Untuk mengetahui bagaimana perkembangan tingkat efisiensi biaya penjualan terhadap setoran penjualan yang masuk pada PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta, dapat digunakan rumus efisiensi.

Efisiensi adalah kemampuan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan dengan benar. Efisiensi merupakan konsep matematik atau merupakan perhitungan rasio antara keluaran dan masukan.(Hani Handoko. 1998 : 7)
 Dari pengertian tersebut diperoleh rumus berikut ini :

$$E = \frac{\text{Biaya Penjualan}}{\text{Setoran Penjualan}} \times 100\%$$

Dengan menggunakan rumus tersebut, dapat dihitung tingkat efisiensi biaya penjualan terhadap volume penjualan dari tahun ke tahun sebagai berikut:

$$E_{2000} = \frac{121.742.127}{413.784.962} \times 100\% = 29,42\%$$

$$E_{2001} = \frac{137.200.005}{560.075.500} \times 100\% = 24,50 \%$$

$$E_{2002} = \frac{142.205.700}{400.056.250} \times 100\% = 35,55\%$$

$$E_{2003} = \frac{274.763.339}{1.680.534.369} \times 100\% = 16,35\%$$

$$E_{2004} = \frac{340.087.737}{2.161.433.526} \times 100\% = 15,73\%$$

Tabel III.10
RINGKASAN EFISIENSI
BIAYA PENJUALAN TERHADAP SETORAN PENJUALAN
PT. TIGA SERANGKAI INTERNASIONAL CABANG SURAKARTA
Tahun 2000-2004

| Tahun | Tingkat Persentase |
|--------------|---------------------------|
| 2000 | 29,42 % |
| 2001 | 24,50 % |
| 2002 | 35,55 % |
| 2003 | 16,35 % |
| 2004 | 15,73 % |

Dari sajian tabel III.9 tersebut, dapat dilihat bahwa tingkat efisiensinya sempat membaik mulai dari tahun 2000 ke tahun 2001. Hal ini dapat dilihat dari turunnya prosentase perbandingan antara biaya penjualan dengan setoran penjualannya, yaitu dari sebesar 29,42 % pada tahun 2000 menjadi sebesar 24,50 % pada tahun 2001. Penurunan ini terjadi disebabkan oleh adanya penurunan biaya komisi yang dikeluarkan perusahaan karena target penjualan tidak tercapai sehingga komisi tahunan tidak dapat dibagikan.

Pada tahun 2002, tingkat efisiensinya kembali rendah. Rendahnya tingkat efisiensi biaya penjualan terjadi karena rendahnya setoran penjualan yang diperoleh perusahaan sehingga mengakibatkan prosentase perbandingan antara biaya penjualan dengan setoran penjualannya meningkat menjadi 35,55 %. Semakin tinggi tingkat prosentase perbandingan antara biaya penjualan dengan setoran penjualan yang diperoleh, maka semakin rendah tingkat efisiensi biaya penjualan yang dikeluarkan. Sebaliknya, semakin rendah prosentase perbandingan antara biaya penjualan dengan setoran penjualannya, maka semakin tinggi tingkat efisiensinya.

Peningkatan tingkat efisiensi biaya penjualan yang cukup tinggi terjadi pada tahun 2003 dan 2004. Tingkat prosentase perbandingan antara biaya penjualan dengan setoran penjualannya turun hingga sebesar 16,35 % pada tahun 2003 dan bahkan mencapai 15,73 % pada tahun 2004. Hal ini terjadi akibat adanya pergantian sistem pemberian komisi pada pertengahan tahun 2003. Sistem pemberian komisi baru tersebut memacu salesman untuk mengejar penjualan yang tinggi sekaligus jumlah setoran yang tinggi. Hal ini terjadi karena besar kecil prosentase komisi mereka tergantung dari besar kecilnya setoran yang mereka peroleh.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah melakukan evaluasi dan pembahasan yang telah diuraikan dalam bab III, maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan berikut ini :

1. Kenaikan biaya penjualan yang terjadi dari tahun 2000 hingga tahun 2004 ternyata tidak selalu diikuti dengan kenaikan setoran penjualan, mengingat biaya penjualan yang dikeluarkan PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta pada tahun 2002 meningkat tetapi setoran penjualannya justru menurun.
2. Tingkat efisiensi biaya penjualan terhadap setoran penjualannya sudah semakin tinggi dari tahun 2000 ke tahun 2001, namun tingkat efisiensinya kembali menurun pada tahun 2002. Seiring dengan adanya pergantian sistem komisi, perusahaan mengalami peningkatan tingkat efisiensi yang cukup tinggi pada tahun 2003 dan 2004. Hal ini menandakan bahwa biaya penjualan yang dikeluarkan PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta pada tahun 2003 dan 2004 sudah semakin efisien.
3. Perubahan sistem komisi yang terjadi pada bulan Juli 2003 membawa dampak positif bagi tingkat efisiensi biaya penjualan yang dikeluarkan PT. Tiga Serangkai Internasional Cabang Surakarta

B. Saran

Berdasar kesimpulan yang telah disusun di atas, maka penulis mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat berguna bagi perusahaan :

1. Perusahaan sebaiknya senantiasa melakukan pengawasan dan pengendalian terhadap naik turunnya tingkat efisiensi biaya penjualan. Hal ini perlu dilakukan mengingat naik turunnya tingkat efisiensi biaya penjualan selama tahun 2000 hingga tahun 2004 cenderung tidak stabil.
2. Perusahaan sebaiknya mempertahankan sistem pemberian komisi baru karena sistem tersebut mampu memacu peningkatan jumlah setoran penjualan yang masuk ke perusahaan dan membawa dampak positif bagi tingkat efisiensi biaya penjualan terhadap setoran penjualannya.
3. Mengingat wilayah kerja para *salesman* berbeda-beda dengan tingkat kesulitan yang berbeda-beda juga, maka sebaiknya standar penjualan minimal yang digunakan dalam pemberian komisi juga dibeda-bedakan sesuai dengan tingkat kesulitan masing-masing *salesman*. Hal ini perlu dilakukan perusahaan agar *salesman* pada daerah dengan tingkat kesulitan tinggi tidak kesulitan untuk meraih komisi. Jika *salesman* sudah hampir mencapai standar penjualan penjualan minimal tetapi ternyata gagal mencapainya, maka *salesman* tersebut tidak kehilangan motivasi dan bermalasan-malasan untuk mengejar setoran berikutnya. Untuk menghargai kerja *salesman* dalam mengejar setoran penjualan, perusahaan dapat menerapkan pemberian komisi minimal dalam bentuk persentase dari setoran penjualan yang diperoleh.

DAFTAR PUSTAKA

Handoko, T, Hani, 1998, **Manajemen**, BPFE, Yogyakarta.

Kotler, Philip, 1993, **Manajemen Pemasaran**, Erlangga, Jakarta.

Mulyadi, 1984, **Akuntansi Biaya Untuk Manajemen**, BPFE, Yogyakarta.

Nitisasmita, Alex S, 1981, **Marketing**, Ghalia Indonesia , Jakarta.

Stanton, J, William, 1984, **Prinsip Pemasaran**, Erlangga, Jakarta.

Swastha, Basu, 1996, **Azas azas Marketing**, Liberty, Yogyakarta.

Swastha, Basu dan Irawan, 1990, **Manajemen Pemasaran Modern**, Liberty,
Yogyakarta

LAMPIRAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : ANITA PUSPASARI
Nomor Induk Mahasiswa : E3202007
Fakultas : Ekonomi Universitas Sebelas Maret
Jurusan / Program Studi : DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN
Tempat, tanggal lahir : SURAKARTA, 13 SEPTEMBER 1984
Alamat rumah / no.telphone : JL. NUSA TIDAH III/01 PERUM PALUR KRA
Judul Tugas Akhir : EVALUASI EFISIENSI BIAYA PEJUALAN
PADA PT. TIGA SERA GKA I. TERASIGAL
CABANG SURAKARTA

Pembimbing Tugas Akhir : Dra. SRI SOWARSI, MM.

Dengan ini menyatakan bahwa :

- 1 Tugas Akhir yang saya susun merupakan hasil karya saya sendiri.
- 2 Apabila ternyata dikemudian hari diketahui bahwa Tugas Akhir yang saya susun tersebut terbukti merupakan hasil jiplakan / salinan / saduran karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi berupa :
 - a. Sebelum dinyatakan LULUS :
 - * Menyusun ulang Tugas Akhir dan diuji kembali.
 - b. Setelah dinyatakan LULUS :
 - * Pencabutan gelar dan penarikan Ijasah keserjanaan yang telah diperoleh.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, AGUSTUS 2005

Yang menyatakan,



ANITA PUSPASARI
NIM. E 3202007

**LEMBAR PENILAIAN
MAGANG KERJA**

Nama Perusahaan : PT TIGA SERANGKAI INT.
Alamat : JL. YOSODIPURO 92 SALO

Nama Mahasiswa : ANITA RUSPITASARI PUSPASARI
NIM : F. 3202007

| No | Kriteria | Bobot (a) | Nilai (b) | (a)x(b) |
|----|---|-----------|-----------|---------|
| 1 | Kemampuan dalam Melakukan Sosialisasi di Tempat Kerja | 30% | 80 | 24 |
| 2 | Kemampuan dalam Menyelesaikan Pekerjaan | 30% | 80 | 24 |
| 3 | Kemampuan dalam Memecahkan Masalah | 40% | 80 | 32 |
| | Jumlah | 100% | 240 | 80 |

Keterangan :

- Nilai 60 – 69 : Cukup Baik
- Nilai 70 – 84 : Baik
- Nilai 85 – 100 : Sangat Baik

Mengetahui,
Pimpinan _____


Ardje Kusuma Brata

SALO, 30 Maret 2005

Karyawan Pendamping


Kasha

Catatan : Lembar penilaian magang kerja ini harap dibubuhi stempel perusahaan ybs