

**PROSES PRODUKSI DAN PROMOSI PRODUK EKSPOR  
PADA PERUSAHAAN FURNITURE JHOKO ARTS  
DI KARTASURA**



**Diajukan untuk melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi persyaratan guna  
Mencapai Gelar Ahli Madya pada  
Program Studi Diploma III Bisnis Internasional Fakultas Ekonomi  
Universitas Sebelas Maret Surakarta**

**Oleh :  
Suyanto  
NIM: F 3102047**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA  
2005**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Surakarta, Agustus 2005

Disetujui dan diterima oleh  
Pembimbing

Drs. Kresno Sarosa Pribadi  
NIP. 131 569 285

## HALAMAN PENGESAHAN

Telah disetujui dan diterima baik oleh tim penguji  
Tugas Akhir Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta guna  
melengkapi tugas-tugas dan memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli  
Madya Bisnis Internasional.

Surakarta, Agustus 2005

1. Drs. Kresno Sarosa Pribadi ( )  
NIP. 131 569 285
2. Drs. Sri Mulyono ( )  
NIP.130 803 770

## MOTTO

“Kau akan sungguh bebas kalau hari-harimu tiada kosong dari beban pilihan, dan malam-malammu juga tiada sepi dari duka dan kesedihan. Bahkan apabila ini membelenggu hidupmu dan kalian dapat mengatasinya maka kalian akan terlepas dan merasa akan bebas”. (KHAHLIL GIBRAN)

“Semua dorongan adalah buta kecuali kalau ada pengetahuan, semua pengetahuan adalah sia-sia kecuali kalau ada pekerjaan, semua pekerjaan adalah hampa kecuali kalau ada kecintaan”. (TOPAN)

“Jadilah engkau orang dari sebagian kecil yang datang ke dunia ini dan meninggalkan tanpa merugikan orang lain”. (KHALLIL GIBRAN)

“Lebih baik menangis karena cita-cita daripada menangis karena nasib dan takdir yang kita terima dari-Nya”. (TOPAN)

“Tapaklah masa depan jangan terlalu banyak bernostalgia”. (Bim-Bim)

## PERSEMBAHAAN

1. Ayah dan Ibu tercinta, terima kasih atas kasih sayang yang tak dapat dinilai dengan apapun.
2. Kakak dan adik serta keponakanku tersayang.
3. Topan yang selama ini menjadi jiwaku.
4. Sahabat sejatiku, yang selamanya hanya menjadi sahabat sejati yang tak pernah mati.
5. Orang-orang yang suka dan tak suka padaku.
6. Seseorang yang selama ini menjadi inspirasiku, dalam menjalani hidup baik suka maupun duka.

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim,

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat-Nya yang telah dilimpahkan pada kita semua, meskipun dengan kemampuan dan waktu yang terbatas akhirnya penulis mampu menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir dengan judul “PROSES PRODUKSI DAN PROMOSI PRODUK EKSPOR PADA PERUSAHAAN FURNITURE JHOKO ARTS DI KARTASURA”.

Penyusunan Tugas Akhir ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bantuan, dorongan dan bimbingan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis dengan rendah hati menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak secara langsung maupun tak langsung telah membantu tersusunnya Tugas Akhir ini, khususnya kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Ketua Program dan Sekretaris Program D III Bisnis Internasional Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Drs. Kresno Sarosa Pribadi selaku pembimbing yang telah memberikan pengarahan, petunjuk, nasihat, bimbingan hingga tersusunnya laporan Tugas Akhir ini.
4. Seluruh Staf dan Karyawan Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta, yang telah memberikan bantuan administratif kepada penulis.

5. Pimpinan Utama Perusahaan Furniture Jhoko Arts yang telah berkenan memberikan izin magang dan penelitian untuk penulisan Tugas Akhir ini.
6. Seluruh Staf Bagian dan Karyawan Perusahaan Furniture Jhoko Arts yang telah memberikan dukungan dan keterangan bagi penulis.
7. Teman-teman khususnya sahabat seangkatan yang telah membantu dalam mendukung studi kita.
8. Sahabat-sahabat sejatiku yang telah tahu musim surutku dan telah mengenal musim pasangku.
9. Anak-anak STSI khususnya Seni Rupa, Seni Tari, dan Ethno yang telah memberikan inspirasi bagi penulis untuk berkarya.
10. Kawan-kawan Alumni MUH I SKA angkatan 2000 dan 2002 yang selama ini membantu dalam cita-cita kita (Bersama Kita Menangis).
11. SLANK atas karya ciptamu yang telah menularkan Virus Perdamaian bagi hati dan jiwa penulis.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu hingga terselesainya penulisan Tugas Akhir ini.
13. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang konstruktif dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi kesempurnaan penulisan Tugas Akhir ini.

Surakarta, Agustus 2005

(Suyanto)  
F 3102047

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN ABSTRAKSI .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
HALAMAN KATA PENGANTAR .....	vii
HALAMAN DAFTAR ISI .....	ix
HALAMAN DAFTAR TABEL .....	xi
HALAMAN DAFTAR GAMBAR .....	xii
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Kegunaan Penelitian .....	4
E. Metode Penelitian .....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Kepemimpinan Dalam Perusahaan.....	7
B. Produksi .....	9
C. SML ISO 14000 .....	20
D. Promosi Ekspor .....	23

	E. Negosiasi Ekspor .....	27
	F. Sale's Contract Process.....	29
<b>BAB</b>	<b>III</b>	<b>DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>
	A. Gambaran Umum Perusahaan .....	32
	1. Sejarah Berdirinya Perusahaan Furniture Jhoko Arts...	32
	2. Lokasi Perusahaan .....	33
	3. Struktur Organisasi .....	35
	4. Tenaga Kerja.....	38
	5. Jam Kerja dan Hari Kerja.....	38
	6. Hasil Produksi.....	39
	7. Pemasaran Produk Perusahaan Furniture Jhoko Arts.....	39
	B. Pembahasan .....	41
	1. Proses Produksi Perusahaan Furniture Jhoko Arts.....	41
	2. Promosi Perusahaan Furniture Jhoko Arts.....	53
<b>BAB</b>	<b>IV</b>	<b>PENUTUP</b>
	A. Kesimpulan .....	55
	B. Saran-saran .....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>57</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>58</b>

## DAFTAR GAMBAR

3.1 Pengering Oven Sederhana .....	46
3.2 Pemotong Kayu Gergaji Mesin.....	47
3.3 Perakitan .....	48
3.4 Pengamplasan II.....	49
3.5 Finishing .....	50
3.6 Packing.....	51

## DAFTAR TABEL

2.1 Sale's Contract Process .....	29
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan Furniture Jhoko Arts .....	36
2.3 Hari dan Jam Kerja.....	39
Proses Produksi Perusahaan Furniture Jhoko Arts.....	44

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Pernyataan
2. Surat Keterangan Magang
3. Daftar Hadir Magang
4. Invoice
5. Ocean Bill Of Lading
6. Check List
7. Atlantic Container Line

## ABSTRAKSI

### PROSES PRODUKSI DAN PROMOSI PRODUK EKSPOR PADA PERUSAHAAN FURNITURE JHOKO ARTS DI KARTASURA

**SUYANTO**  
**F. 3102047**

Tujuan penelitian Tugas Akhir ini adalah untuk memperoleh gambaran yang lebih mendalam dalam pemahaman mengenai proses produksi dan promosi produk-produk yang dihasilkan oleh Perusahaan Furniture Jhoko Arts, yang terletak di Jalan Slamet Riyadi No.32 Kartasura dan dipimpin langsung oleh Bp. Sarjono, SH sebagai pemilik perusahaan.

Metode yang digunakan adalah studi kasus, karena mengambil satu obyek tertentu untuk dianalisa secara mendalam dengan memfokuskan pada satu masalah. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan pihak pemimpin, maupun pada bagian produksi dan bagian pemasaran Perusahaan Furniture Jhoko Arts. Sedangkan data sekunder diperoleh dari buku maupun sumber bacaan lainnya.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terjadinya proses produksi pembuatan produk furniture pada Perusahaan Furniture Jhoko Arts melalui beberapa tahapan antara lain: pengeringan kayu, pemotongan kaca, pemotongan kayu dengan gergaji mesin, pengepresan kayu, pembentukan, perakitan, pengamplasan I, pelamiran, pengamplasan II, finishing, packing. Juga dapat disimpulkan bahwa dalam hal promosi, langkah-langkah yang digunakan Perusahaan Furniture Jhoko Arts adalah dengan menggunakan langkah pameran yaitu bertujuan untuk menyediakan informasi produk, merangsang permintaan konsumen, membedakan produk dengan perusahaan lain, menghadang pesaing yang mengadakan pameran yang serupa, bertatap muka langsung dengan konsumen agar terjalin rasa kepercayaan antara perusahaan dengan konsumen. Pameran diadakan di Show Room Perusahaan Furniture Jhoko Arts. Selain itu para pengimpor juga mengenal produk Perusahaan Furniture Jhoko Arts dari mulut ke mulut ataupun dari *contact person* antara pemimpin dengan pengimpor.

Saran yang dapat diajukan adalah dalam hal promosi sebaiknya perusahaan membuat *web site* supaya pihak pengimpor lebih banyak lagi yang mengenal produk Perusahaan Furniture Jhoko Arts dan berminat untuk membeli produk tersebut. Untuk alat yang digunakan dalam proses produksi sebaiknya Perusahaan Furniture Jhoko Arts menggunakan peralatan yang lebih modern lagi.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada era globalisasi ini perdagangan atau pertukaran barang suatu negara terjadi karena kebutuhan barang atau jasa yang tidak terdapat pada suatu negara atau negara tersebut dapat memperoleh barang atau jasa yang lebih murah, lebih cepat, dan lebih baik mutunya dari negara lain. Pelaksanaan perdagangan lintas negara atau yang sering disebut ekspor impor berbeda dengan perdagangan dalam negeri. Perbedaan tersebut antara lain dalam hal kepabeanaan, standar mutu produk, proses produksi, promosi ukuran takaran dan timbangan serta peraturan perdagangan luar negeri yang ditetapkan oleh pemerintah setempat.

Kegiatan ekspor barang dan jasa mempunyai nilai ekonomi yang sangat penting, baik bagi perkembangan industri itu sendiri maupun bagi pemerintah. Manfaat yang bisa diperoleh dengan adanya perdagangan Internasional bagi suatu negara akan mendorong negara tersebut untuk memacu transaksi produksi ekspor keluar negeri sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan pendapatan nasional negara. Demikian pula bagi Indonesia, transaksi ekspor sangat penting untuk menambah cadangan devisa dan mengurangi tingkat pengangguran karena meningkatnya produktifitas dan lapangan pekerjaan. Salah satu barang yang diekspor dari Indonesia adalah barang industri kerajinan rotan, tanah liat, mebel, furniture, logam, peralatan rumah tangga dan lain-lain.

Perusahaan Furniture Jhoko Arts adalah salah satu perusahaan eksportir furniture yang berada di Kartasura dan telah melaksanakan usaha ekspornya selama sembilan tahun. Perusahaan ini telah mengekspor produk-produknya ke berbagai negara antara lain Australia, Belanda, dan sekarang sudah sampai Italia dan Srilanka.

Perusahaan Furniture Jhoko Arts sebagai pengekspor barang-barang furniture telah mempergunakan dan memanfaatkan hasil-hasil hutan untuk diolah dalam bentuk-bentuk peralatan rumah tangga seperti almari, almari rias, meja, kursi, dan juga dibuat bentuk barang-barang lain yang bernilai seni sesuai dengan permintaan dari pihak pengimpor atau pembeli sesuai dengan model yang telah dibuat. Dengan peralatan yang sederhana Perusahaan Furniture Jhoko arts telah menghasilkan barang ekspor yang bernilai seni yang tinggi yang banyak diminati oleh negara-negara pengimpor.

Kebanyakan pengimpor yang membeli produk dari Perusahaan Furniture Jhoko Arts mengenal produk melalui *contact person* antara Perusahaan Furniture Jhoko Arts dengan importir. Selain itu para pengimpor juga mengenal produk Perusahaan Furniture Jhoko Arts dari mulut kemulut atau dalam pameran furniture yang diadakan di Show Room Perusahaan Furniture Jhoko Arts. Perusahaan Furniture Jhoko Arts juga telah memanfaatkan limbah dari proses produksi dengan sebaik-baiknya. Untuk dimanfaatkan bagi masyarakat di sekitar mayupun Perusahaan Furniture Jhoko Arts sendiri. Dan hubungan terhadap masyarakat juga akan lebih baik. Dan juga dapat menambahkan penghasilan bagi perusahaan itu sendiri.

Berdasarkan uraian diatas, penulis ingin mengungkapkan permasalahan-permasalahan yang berhubungan dengan proses produksi dan promosi Perusahaan Furniture Jhoko Arts. Maka penulis memberi judul “PROSES PRODUKSI DAN PROMOSI PRODUK EKSPOR PADA PERUSAHAAN FURNITURE JHOKO ARTS DI KARTASURA”.

## **B. Perumusan Masalah**

Perumusan masalah dalam penelitian ini dimaksudkan untuk dijadikan pedoman bagi penulis untuk melakukan penelitian secara cermat dan tepat sesuai dengan prinsip-prinsip suatu penelitian yang ilmiah. Dengan perumusan masalah diharapkan dapat mengetahui obyek-obyek yang diteliti, serta bertujuan agar tulisan dan ruang lingkup penelitian uraiannya terbatas dan terarah pada hal-hal yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.

Untuk memudahkan pembahasan masalah dan pemahamannya, maka penulis merumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Bagaimana terjadinya proses produksi pada Perusahaan Furniture Jhoko Arts ?
2. Bagaimana promosi yang dilakukan oleh Perusahaan Furniture Jhoko Arts?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan agar penelitian tersebut dapat memberikan manfaat yang sesuai dengan apa yang dikehendaki. Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui terjadinya proses produksi pada Perusahaan Furniture Jhoko Arts.
2. Untuk mengetahui promosi yang dilakukan oleh Perusahaan Furniture Jhoko Arts.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Selain mempunyai tujuan penelitian, penelitian ini juga mempunyai manfaat penelitian. Manfaat penelitiannya antara lain:

1. Bagi Penulis

Merupakan penerapan ilmu ekonomi tentang promosi dan produk ekspor yang diperoleh dibangku kuliah dalam dunia praktek maupun dunia nyata.

2. Bagi Perusahaan

Memberikan masukan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan aktifitas ekspor yang dapat digunakan sebagai salah satu bahan evaluasi di perusahaan dalam mengambil kebijakan untuk meningkatkan aktifitas ekspor dan pengembangan usaha.

3. Bagi Pembaca dan Mahasiswa Lainnya

Memberikan tambahan referensi bacaan dan informasi khususnya bagi mahasiswa jurusan Bisnis Internasional yang sedang menyusun Tugas Akhir dengan pokok permasalahan yang sama.

#### **E. Metode Penelitian**

Suatu penelitian pada dasarnya adalah sebagai mencari, mendapatkan data untuk selanjutnya dilakukan penyusunan dalam bentuk laporan hasil

penelitian. Supaya proses tersebut dapat berjalan lancar serta hasilnya dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah, maka diperlukan metode penelitian.

Metode penelitian mengemukakan secara tertulis tata kerja dari suatu penelitian. Metode ini terdiri dari:

### **1. Ruang Lingkup Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah studi kasus, karena mengambil satu obyek tertentu untuk dianalisa secara mendalam dengan memfokuskan pada satu masalah.

### **2. Jenis dan Alat Pengumpul Data**

#### a. Jenis Data

##### 1) Data primer

Data ini diperoleh dengan cara wawancara langsung pada pimpinan atau manajer bagian ekspor dan staf atau karyawan Perusahaan Furniture Jhoko Arts.

##### 2) Data sekunder

Data ini penulis peroleh dari buku maupun sumber bacaan lain.

#### b. Metode Pengumpulan Data

##### 1) Wawancara

Merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab secara langsung atau tidak langsung yang dilaksanakan dengan tatap muka dengan pihak Perusahaan Furniture Jhoko Arts.

## 2) Studi Pustaka

Merupakan tehnik pengumpulan data dengan cara mempelajari buku atau referensi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

## 3) Observasi

Dalam penelitian ini penulis melihat langsung mengenai kegiatan yang dilakukan Perusahaan Furniture Jhoko Arts.

### **3. Sumber Data**

#### a. Sumber Data Primer

Yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Data ini diperoleh dengan cara wawancara langsung pada Perusahaan Furniture Jhoko Arts.

#### b. Sumber Data Sekunder

Yaitu data pendukung yang diperoleh dari sumber lain yang berkaitan dengan penelitian. Data ini penulis peroleh dari buku maupun sumber bacaan lain yaitu Makalah Prosedur Ekspor, Buku Petunjuk Ekspor, Buku Pengantar Bisnis.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kepemimpinan Dalam Perusahaan**

“Seorang pemimpin adalah orang yang karena kecakapan-kecakapan pribadinya dengan atau tanpa pengangkatan resmi dapat mempengaruhi kelompok yang dipimpinnya untuk mengerahkan usaha bersama kearah pencapaian sasaran tertentu”. (Winardi, 1987: 241).

Proses memberikan pimpinan didalam lingkungan perusahaan berhubungan dengan macam-macam aspek. Diantara aspek-aspek yang ada dapat disebut misalnya aspek teknis organisasi murni.

Disini titik berat diletakkan atas proses produksi. Perhatian dicurahkan pada penggunaan alat-alat produksi demikian rupa, hingga produk yang dihasilkan sesuai dengan keinginan para konsumen. Dalam hubungan ini pemberian pimpinan ditinjau dari sudut usaha memajukan produksi.

Disamping itu ada pula aspek finansial ekonomi dalam hal memberikan pimpinan. Aktifitas-aktifitas didalam lingkungan rumah tangga perusahaan diterjemahkan kedalam bentuk angka-angka, agar dapat dikendalikannya aktifitas-aktifitas tersebut.

Akhirnya dapat dikemukakan adanya aspek manusiawi yang dapat berkaitan dengan usaha memberikan pimpinan. Disini pusat perhatian diletakkan pada faktor manusia dan segi-segi manusiawi didalam perusahaan.

Aspek-aspek teknis organisatoris finansial, ekonomi dan manusiawi dan penanganannya adalah inhaeren dengan memberikan pimpinan didalam

perusahaan. Dalam kenyataan terlihat gambar-gambar bahwa ada pemimpin yang lebih cakap dalam bidang teknis organisatoris, tetapi ada pula pemimpin yang lebih ahli dalam bidang finansial ekonomik dan ada pula pimpinan yang memusatkan perhatian pada aspek manusiawi didalam perusahaan.

Pada aspek teknis organisatoris, elemen perencanaan tercakup secara implisit. Perencanaan disuatu pihak meliputi tindakan menetapkan garis besar yang harus diikuti didalam proses produksi sedangkan dilain pihak ia mencakup pula tindakan menetapkan struktur organisasi rumah tangga yang bersangkutan.

Didalam aspek finansial ekonomi terkandung elemen pengawasan dan tindakan mengoreksi kesalahan-kesalahan yang terjadi. Pada aspek manusiawi disuatu pihak terlihat adanya elemen koordinasi dari semua pekerjaan dilingkungan perusahaan menjadi satu kesatuan homogen dan dilain pihak penciptaan faktor-faktor yang menyebabkan para pejabat cenderung menyerahkan aktifitas mereka sebesar-besarnya. Elemen terakhir dalam berbagai literatur manajemen dikenal sebagai leadership atau kepemimpinan.

“Artinya pengertian leadership jelas mengungkapkan pengertian pimpinan”. (A.De Jong dalam Winardi, 1987: 243).

Aspek-aspek dapat disimpulkan bahwa kepemimpinan merupakan suatu sifat atau bakat yang melekat pada diri pribadi seseorang pemimpin hingga dengan hal tersebut ia dapat menggerakkan orang-orang lain untuk berusaha dan bekerja pencapaian kearah tertentu.

## **B. Produksi**

Perusahaan sebagai suatu sistem mempunyai hubungan yang sangat erat dengan kegiatan-kegiatan lain dalam perusahaan. Dalam kegiatan perusahaan mengenal barang jadi atau jasa yang beraneka ragam jenisnya, yang digunakan untuk memenuhi keperluan hidup sehari-hari. Maka barang jadi atau jasa memerlukan sumber daya ekonomi, seperti: bahan mentah, tenaga kerja, modal dan manajemen. Mengenai fungsi produksi dalam perusahaan terdapat: proses produksi, perencanaan produksi dan produksi barang.

### **1. Proses Produksi**

Proses produksi adalah setiap kegiatan manusia untuk membuat barang jadi atau jasa, serta meningkatkan daya guna (manfaat) dari barang tertentu. Dalam proses produksi ini akan dikemukakan: daya guna yang diciptakan proses produksi, teknik proses produksi, corak proses produksi.

#### **a. Daya guna yang diciptakan oleh proses produksi**

Mengenai daya guna (manfaat) yang diciptakan oleh proses produksi, terdiri dari: daya guna dasar, daya guna bentuk, daya guna waktu, daya guna tempat, daya guna hak milik.

##### **1) Daya guna dasar**

Mengenai daya guna dasar dapat kita lihat dan kita pelajari dari lingkungan kita sehari-hari. Dengan adanya usaha pengambilan dan penyediaan barang-barang yang disediakan oleh alam itu, maka barang-barang atau hasil usaha itu meningkat daya gunanya

(manfaatnya). Jadi kegiatan-kegiatan yang bergerak dalam bidang usaha yang disediakan oleh alam, menciptakan daya guna dasar.

2) Daya guna bentuk

Mengenai daya guna bentuk dapat kita lihat dalam usaha alat rumah tangga. Tukang kayu membuat meja, kursi dan jenis alat rumah tangga lainnya. Tukang kayu itu memproses dengan membentuk kayu menjadi meja, kursi, dan jenis alat rumah tangga lainnya. Dengan proses pembentukan itu, maka daya guna (manfaat) kayu menjadi meningkat. Jadi proses produksi dalam usaha alat-alat rumah tangga, menciptakan daya guna bentuk.

3) Daya guna waktu

Mengenai daya guna waktu dapat kita lihat dalam usaha pergudangan. Fungsi gudang adalah usaha menyimpan barang. Dalam penyimpanan barang, adanya perbedaan waktu maka barang yang disimpan nilai atau daya gunanya meningkat.

4) Daya guna tempat

Mengenai daya guna tempat dapat dilihat dalam usaha transportasi. Usaha transportasi dilakukan dengan truk, kereta api, kapal laut dan kapal udara, yang mengangkut barang dari tempat ke tempat lain. Dengan memindahkan barang-barang itu, maka usaha transportasi meningkatkan daya guna barang yang diangkut.

5) Daya guna hak milik

Mengenai daya guna hak milik dapat kita lihat dalam perdagangan. Dalam hal ini fungsi perdagangan memindahkan hak

milik berupa barang dagangan, maka daya guna barang menjadi meningkat. Jadi kegiatan perdagangan menciptakan daya guna hak milik.

b. Teknik proses produksi

Pengertian proses produksi dapat dijelaskan dengan teknik proses produksi, yang meliputi usaha-usaha dibidang: pengumpulan, sintetis, analitis, pengolahan, perakitan, rancang bangun, jasa.

1) Teknik proses produksi pengumpulan

Yang termasuk dalam teknik proses produksi pengumpulan yaitu pengumpulan apa yang disediakan oleh alam.

2) Teknis proses produksi sintetis

Teknis proses produksi sintesis adalah persenyawaan beberapa zat menjadi suatu barang atau zat tertentu.

3) Teknik proses produksi analitis

Dalam proses penyulingan (analisis) terjadi penguraian suatu bahan menjadi beberapa barang jadi.

4) Teknik proses produksi pengolahan

Semua perusahaan yang mengolah bahan mentah menjadi barang jadi termasuk teknik produksi pengolahan.

5) Teknik proses produksi perakitan

Perakitan artinya merakitkan beberapa produk jadi atau setengah jadi menjadi produk atau barang baru.

6) Teknik proses produksi rancang bangun

Pembuatan bangunan gedung-gedung berbagai jenis, model, maupun bentuknya, merupakan pekerjaan perusahaan yang bergerak dibidang rancang bangun.

7) Teknik proses produksi jasa

Perbuatan para pedagang, tukang becak, perbankan, konsultan, dan dokter, merupakan teknis proses produksi jasa.

c. Corak proses produksi

Ditinjau dari arus bahan mentah sampai menjadi produk akhir, corak proses produksi dibedakan menjadi: corak produksi terus-menerus dan corak produksi terputus-putus.

1) Corak proses produksi terus-menerus

Disebut curak produksi terus-menerus karena dalam proses produksi terdapat pola urutan yang pasti, mulai dari barang mentah menjadi barang jadi. Pola ini berlaku untuk jangka panjang tanpa ada perubahan bagi seluruh produknya.

2) Corak proses produksi terputus-putus

Disebut corak proses produksi terputus-putus karena tidak terdapat urutan pola proses produksi yang pasti, sejak dari bahan mentah sampai menjadi barang jadi. Pola urutan proses produksinya dapat berubah-ubah sesuai dengan produk akhirnya.

## 2. Perencanaan Produksi

Perencanaan produksi adalah proses kegiatan penelitian dan pengembangan produk baru maupun produk lama yang akan dibuat oleh

perusahaan. Lebih terperinci penelitian produk merupakan penelitian mengenai produk apa dan produk mana disukai pembeli. Sedang pengembangan lebih lanjut, supaya mempunyai kegunaan yang lebih tinggi atau lebih disukai oleh konsumen. Bagi perusahaan yang sudah beroperasi, baik penelitian maupun pengembangan produk harus dilakukan bersama-sama. Dengan adanya penelitian dan pengembangan produk, diharapkan perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan lain dalam menyediakan produk yang disenang oleh konsumen. Tanpa adanya kegiatan perencanaan produksi, maka operasi perusahaan akan cenderung menuju terjadinya penyimpangan dalam proses produksi. Bila tanpa perencanaan produksi, mungkin saja konsumen kurang menyukainya, berarti tidak laku dipasarkan.

Bila memperhatikan penelitian dan pengembangan hasil produksi, tidak mungkin dilakukan oleh satu bagian perusahaan saja, harus dilakuakn oleh bagian teknik produksi, bagian penelitian dan pengembangan hasil produksi, dibantu bagian lainnya. Maka untuk membuat dan mengembangkan suatu produk, harus mempertimbangkan berbagai unsur yang terdiri dari:

a. Pertimbangan untuk pengembangan suatu produk

Untuk membuat dan mengembangkan suatu pruduk perlu mempertimbangkan sebagai berikut:

- 1) Guna produk bagi konsumen, atau dapat diterima oleh konsumen.
- 2) Permintaan terhadap produk yang bersangkutan apakah cukup banyak.

- 3) Potensi perusahaan memperoleh laba dari penjualan produk itu.
- 4) Potensi dari fasilitas perusahaan untuk membuat produk dan biayanya.
- 5) Kemungkinan pengembangan produk pada waktu yang akan datang.
- 6) Kemampuan distribusi perusahaan ke pasar.
- 7) Kekuatan persaingan dari perusahaan lain.
- 8) Fasilitas lain yang mungkin dapat diperoleh dari pemerintah daerah.

Untuk mengadakan analisis terhadap berbagai unsur diatas, diperlukan kerja sama semua bagian dalam perusahaan. Bagian pemasaran lebih mampu mengusahakan penjualan. Bagian keuangan bertugas untuk memperoleh dana yang diperlukan. Bagian pembelian menentukan penyedia yang menyediakan bahan baku dari bahan pembantu, dan bagian lainnya turut mendukung penelitian dan pengembangan produk itu.

b. Penilaian secara kualitatif dan kuantitatif

Untuk dapat menentukan dan memilih produk yang akan dibuat, perlu dilakukan penilaian secara kualitatif dan kuantitatif. yang dimaksud penilaian kualitatif yaitu dengan perumusan: sangat tinggi, tinggi, cukup, rendah, sangat rendah. Sedangkan penilaian kuantitatif, dengan membuat skoring terhadap penilaian kualitatif diatas dengan perumusan: 5 (sangat tinggi), 4 (tinggi), 3 (cukup), 2 (rendah), 1 (sangat rendah). Dengan skoring itu suatu produk dapat dibandingkan

dengan produk lainnya, sehingga dapat memilih skor yang tinggi atau cukup. Pilihan itu tergantung pengalaman dari pengambil keputusan dalam perusahaan. Kita dapat mencoba membandingkan beberapa produk dengan menyusun unsur-unsur diatas, disertai penilaian kualitatif maupun kuantitatif, kemudian masing-masing ditotal skornya.

Tidak semua perusahaan hanya membuat produk satu jenis, tetapi dapat pula membuat lebih dari satu jenis yang disebut kombinasi produksi. Ada kombinasi produksi, bila perusahaan membuat lebih dari satu jenis produk, sehingga harus dapat menentukan besarnya masing-masing jenis produk. Jumlah masing-masing jenis produk itu sedemikian rupa, sehingga perusahaan memperoleh laba maksimum. Supaya perusahaan memperoleh laba maksimum, harus dibuat perbandingan jumlah jenis produk yang satu dengan jenis produk yang lainnya.

Produk yang telah dihasilkan dan dipasarkan belum tentu seluruhnya dapat habis dijual dengan jumlah tidak terbatas. Semua jenis produk akan mengalami siklus kehidupan barang seperti:

#### 1) Tahap pengenalan

Suatu keharusan bahwa produk baru yang dibuat perusahaan memerlukan pengenalan, yang diarahkan supaya konsumen mengenal bahwa ada produk baru yang ditawarkan.

2) Tahap perkembangan

Konsumen sudah mengenal produk baru, bahkan pasar sudah memerlukan dengan jumlah meningkat. Perusahaan harus mengimbangi kenaikan penjualan produknya.

3) Tahap kematangan

Tahap kematangan disebut keseimbangan. Pada produk ini sampai tingkat optimum. Perusahaan dapat lancar menjual hasil produksinya, dan dapat meraih laba maksimum.

4) Tahap kejenuhan

Pada tahap ini setiap perusahaan telah mencapai tahap kematangan, berusaha tetap mempertahankan penjualan dengan pelayanan yang menarik dan kualitas produk yang baik bagi konsumen. Pada suatu waktu konsumen tidak mungkin bertambah lagi, bahkan akan tetap atau menurun. Produk tidak diperluas lagi karena kesukaran pemasaran. Pada tahap kejenuhan ini pengusaha harus waspada terhadap keinginan konsumen, yaitu dengan mempersiapkan produk baru atau dengan pengembangan produk lama.

5) Tahap penurunan

Bila perusahaan tidak dapat mempertahankan lebih lama, tahap berikutnya adalah produk menurun. Penurunan produk ini akan terus, akhirnya produk ini akan hilang dari peredaran pasar.

### 3. Produksi Barang

Pemilihan dengan seksama produk yang akan dihasilkan merupakan hal yang penting. Pembeli baru akan membeli suatu produk, bila merasa sesuai dengan selernya terhadap produk itu. Bukan pembeli yang menyesuaikan dengan produk, tetapi produsen pembuat produk yang harus menyesuaikan diri dengan pembeli, sebab pembeli adalah raja.

#### a. Pemilihan produk

Pengusaha harus dapat memilih dengan benar barang apa yang akan dibuatnya, dan barang apa yang harus diperdagangkannya, sebab bila tidak diperhitungkan baik-baik akan mengakibatkan tidak lakunya barang yang akan ditawarkan. Atas dasar keberadaan barang dipasar, barang dapat dibedakan menjadi: barang lama dan barang baru.

##### 1) Barang lama

Barang lama adalah barang yang telah berada dipasar untuk waktu yang lama, dan kemudian besar telah dikenal oleh konsumen, dan telah mempunyai gambaran yang jelas terhadap ciri-ciri barang itu. Biasanya dipasar telah beredar berbagai merek barang yang sama, dan masing-masing mempunyai konsumen tersendiri pada daerah pemasaran yang berbeda. Contohnya: barang yang dikenal sejak puluhan tahun, bahkan sudah ratusan tahun sudah dikenal diseluruh dunia. Konsumen sudah mempunyai gambaran yang jelas tentang rasa, manfaat, akibat negatif yang ditimbulkan.

Konsumen sudah mempunyai merek yang digemari dari yang lain.

## 2) Barang baru

Barang baru ada dua pengertian. Yang pertama barang yang sama sekali baru, yang belum pernah ada dipasar. Kedua barang yang sudah dijual didaerah lain, tetapi baru pertama kali dipasarkan disuatu daerah tertentu.

### b. Pembungkus barang

Keputusan membeli para konsumen yang dapat terjadi karena pengaruh oleh bungkus yang menarik, atau suatu barang yang dipilih karena bungkusnya lebih menarik dari barang yang lain. Dapat pula terjadi calon pembeli yang bingung memilih barang karena rasanya. Masalah pembungkus tidak hanya menyangkut keindahan saja, tetapi banyak yang perlu diperhatikan mulai dari perencanaan sampai pelaksanaan pembungkusan, yang terdiri dari sebagai berikut:

- 1) Bungkus yang indah akan menambah hasrat akan melihat siapa saja yang melihat.
- 2) Bungkus yang khusus akan mempermudah pembeli mengingat barang itu.
- 3) Bungkus yang baik akan menjaga mutu barang, mempermudah pengangkutan, penyimpanan, penyusunan dirak toko.

Kegiatan pembungkusan harus memperhatikan segi ekonomis, keindahan dan praktis. Dari segi ekonomis, pembungkusan tidak boleh menimbulkan biaya tambahan yang berlebihan, karena

akan meningkatkan harga jual. Dari segi keindahan, pembungkus harus menampilkan kesan yang menarik terhadap calon pembeli. Keindahan perlu disesuaikan dengan sifat produk itu sendiri.

c. Merek barang

Untuk memasarkan barang hasil produksi suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya diperlukan merek barang. Peranan merek barang semakin lama semakin besar, sebab dapat menimbulkan persengketaan hebat dipengadilan, karena perebutan merek dagang atau pemalsuan merek dagang yang telah dimiliki suatu produk pada perusahaan. Merek dagang disamping berujud nama juga berupa gambar atau simbol tertentu. Karena pentingnya merek dagang, banyak diketemukan barang-barang yang mereknya hampir sama. Tujuannya untuk memperoleh ketenaran nama barang yang telah menjadi kegemaran konsumen. Seringkali suatu produsen mempunyai berbagai merek untuk barang-barang yang dihasilkan. Meskipun perbedaan masing-masing barang tidak banyak, yang merupakan salah satu politik pemasaran untuk memperoleh pasar yang lebih luas.

d. Ragam barang

Konsumen terdiri dari berbagai golongan, yang masing-masing orang mempunyai selera sendiri. Pengusaha dapat memilih salah satu cara dalam memperdagangkan barang tersebut diantaranya sebagai berikut:

- 1) Mengkhususkan hanya satu macam barang.

- 2) Mengkhususkan hanya pada segolongan barang yang mempunyai banyak persamaan.
- 3) Memperdagangkan banyak ragam dan jenis barang.

### **C. SML ISO 14000**

Pada saat ini masalah lingkungan menjadi isu yang cukup menonjol secara regional, nasional maupun internasional. Lebih jauh lagi isu lingkungan juga sudah masuk kedalam perdagangan nasional dimana isu lingkungan ini menyoroti keseluruhan aspek produk dari pra produksi, produksi, distribusi, konsumsi, dan buangan. Demikian faktor-faktor yang mendapat perhatian adalah:

1. Penggunaan sumber daya alam
2. Penggunaan energi
3. Pencemaran air, udara, lahan, kebisingan
4. Limbah
5. Dampak pada ekosistem

Definisi Sistem Manajemen Lingkungan menurut ISO 14000 adalah bagian dari keseluruhan sistem manajemen termasuk struktur organisasi, kegiatan perencanaan, tanggung jawab, praktek-praktek, prosedur, proses, dan sumber daya untuk mengembangkan, melaksanakan, mencapai, mengkaji, dan memelihara kebijakan lingkungan.

Sistem Manajemen Lingkungan memberikan mekanisme untuk mencapai dan menunjukkan kinerja lingkungan yang baik melalui upaya pengendalian dampak lingkungan dari kegiatan produk dan jasa. Sistem

tersebut juga dapat digunakan untuk mengantisipasi pengembangan tertentu kinerja lingkungan dan konsumen serta untuk memenuhi persyaratan peraturan lingkungan hidup dan pemerintah.

Prinsip-prinsip dan unsur Sistem Manajemen Lingkungan ISO 14000 adalah:

1. Komitmen dan Kebijakan

Organisasi sebaiknya menentukan kebijakan lingkungan dan menjamin komitmennya terhadap Sistem Manajemen Lingkungan.

2. Perencanaan

Organisasi sebaiknya merumuskan perencanaan untuk memenuhi kebijakan lingkungannya.

3. Penerapan

Untuk efektifitas penerapan organisasi seharusnya mengembangkan kemampuannya dan untuk mendukung mekanisme yang diperkirakan untuk mencapai kebijakan, tujuan dan sasaran lingkungan.

4. Pengukuran dan Evaluasi

Organisasi sebaiknya mengukur, memantau dan mengevaluasi kinerja lingkungan.

5. Pengkajian dan Penyempurnaan

Organisasi sebaiknya mengkaji dan menyempurnakan sistem manajemen dan lingkungan secara berkelanjutan dengan tujuan mengembangkan seluruh kinerja lingkungan.

Suatu perusahaan sebaiknya menerapkan Sistem Manajemen Lingkungan ISO 14000 secara efektif agar membantu melindungi kesehatan

manusia dan lingkungan dari dampak penting kegiatan produk atau jasanya dan untuk membantu memelihara serta memperbaiki mutu lingkungan. Sifat penerapan Sistem Manajemen Lingkungan ISO 14000 dalam dunia usaha adalah suka rela dan lebih didorong oleh permintaan pasar atau konsumen, walaupun demikian pengaruh standar internasional tersebut dalam dunia perdagangan barang dan jasa dipasar internasional sangat besar. Kecenderungan konsumen dalam pasar global selain memperhatikan mutu dan harga produk yang dikonsumsi serta kecepatan waktu pelayanan maka konsumen juga sudah mulai memperhatikan aspek lingkungan dari produk yang dikonsumsi atau diimpor.

Dengan penerapan Sistem Manajemen Lingkungan maka dapat membantu organisasi untuk memberikan kepercayaan pada pihak terkait bahwa:

1. Ada komitmen manajemen untuk memenuhi persyaratan kebijaksanaan, tujuan dan sasaran.
2. Adanya penekanan pada tindakan pencegahan yang lebih dari pada tindakan koreksi.
3. Dapat diberikan bukti adanya perhatian yang cukup dan kesesuaian dengan perundang-undangan
4. Desain sistem memasukkan dan memadukan proses penyempurnaan berkelanjutan.

Berbagai macam keuntungan yang dapat diperoleh apabila perusahaan menerapkan Sistem Manajemen Lingkungan yang efektif adalah:

1. Menjamin pelanggan adanya komitmen terhadap manajemen lingkungan yang dapat ditunjukkan.
2. Memelihara hubungan yang baik dengan masyarakat.
3. Memenuhi kriteria investor dan memperbaiki akses kemodal.
4. Mendapatkan asuransi dengan biaya yang memadai.
5. Memberikan gambaran dari pangsa pasar.
6. Memenuhi kriteria sertifikasi pemesan.
7. Memperbaiki pengendalian biaya.
8. Mengurangi peristiwa yang menghasilkan tanggung jawab.
9. Menunjukkan perhatian kepedulian yang memadai
10. Melestarikan energi dan bahan masukan.
11. Memudahkan perolehan ijin dan kewenangan.
12. Mempercepat perkembangan dan penyelesaian masalah lingkungan.
13. Memperbaiki hubungan perusahaan dengan pemerintah.

#### **D. Promosi Ekspor**

Berdasarkan pengalaman, sekitar 80% transaksi bisnis ekspor impor dilakukan melalui korespondensi, sisanya melalui negosiasi tatap muka atau secara lisan. “Promosi ekspor adalah upaya penjual (eksportir) memperkenalkan komoditas yang dihasilkannya kepada calon pembeli diluar negeri (importir)” (Amir, 2002: 14). Promosi mencakup semua kegiatan yang ditujukan untuk memperkenalkan barang-barang milik pengusaha, tempat penjualannya sekaligus merangsang timbulnya keinginan untuk membeli.

Promosi merupakan salah satu variabel marketing mix yang digunakan oleh perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan pasarnya. Promosi juga sering dikatakan sebagai proses lanjutan karena dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan. Oleh karena itu promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Promosi memegang peran kunci dalam strategi pemasaran ekspor. Promosi menduduki posisi selaku ujung tombak dalam kegiatan pemasaran suatu komoditas. Tanpa promosi calon pembeli tak akan mengenal dengan baik komoditas yang dihasilkan oleh perusahaan. Tanpa mengenal komoditas perusahaan calon pembeli tidak akan berminat untuk membelinya. Tanpa pembeli, komoditi komoditas perusahaan tidak akan laku untuk diekspor.

Promosi merupakan salah satu unsur dari strategi bauran pemasaran. Unsur-unsur bauran pemasaran adalah:

1. *Product*, yaitu komoditas yang kita hasilkan.
2. *Price*, yaitu harga penjualan yang kita tawarkan.
3. *Promotion*, yaitu upaya memperkenalkan komoditas.
4. *Place of distribution*, yaitu wilayah sasaran ekspor.
5. *Power*, yaitu bantuan pemerintah dalam mendorong ekspor.
6. *Public support*, yaitu kekuatan *lobby* legislatif dalam mendorong ekspor.

Keenam unsur ini disebut 6P-nya Marketing-Mix (Bauran Pemasaran). Mengenai promosi akan dikemukakan: ruang lingkup promosi, motif pembelian, macam promosi, tenaga penjual.

## 1. Ruang Lingkup Promosi

Sasaran yang dituju oleh setiap pengusaha adalah lakunya barang yang dihasilkan dan ditawarkan. Pada waktu sekarang penjual tidak hanya menunggu datangnya pembeli, dan menunggu terjadinya transaksi jual beli. Pengusaha harus aktif menciptakan terjadinya transaksi jual beli, tetapi bukan berarti penjual memaksa calon pembeli.

Penjual harus pandai merayu, menciptakan keperluan seseorang, sehingga tertarik dan membeli barang yang ditawarkan. Akan sia-sia segala usaha untuk menaikkan jumlah penjualan, bila barang tidak dikenal oleh masyarakat. Calon pembeli akan membeli bila: mengenal barangnya, mengenal penjualnya, dan mengenal tempat menjualnya.

## 2. Motif Pembelian

Motif pembelian adalah pengaruh atau pertimbangan yang mendorong seseorang membeli barang dari penjual, yang terdiri dari: motif emosional, motif rasional.

### a. Motif emosional

Yaitu pengaruh atau pertimbangan yang berasal dari emosi, seperti: angan-angan, gambaran indah, meniru orang yang terhormat, perasaan bangsa, supaya tampak lain dari yang lain.

### b. Motif rasional

Yaitu pengaruh dan pertimbangan yang mendorong pembelian adalah akal, seperti: ekonomis dalam pemakaian, ekonomis dalam pembelian, lebih awet, mutunya baik, perawatan mudah. Motif rasional juga mendorong orang membeli ditempat tertentu, antara lain:

harganya lebih murah, jaraknya lebih dekat, parkir lebih mudah, pelayanan memuaskan, diantar sampai ditujuan.

### 3. Macam Promosi

Eksportir dalam memperkenalkan barangnya dapat ditempuh dalam berbagai cara, seperti:

- a. Mengirimkan surat perkenalan (*introduction Letter*) kepada calon pembeli diluar negeri, melalui organisasi atau perusahaan sejenis atau Kamar Dagang dan Industri setempat dinegara calon pembeli.
- b. Mendatangi sendiri calon pembeli di luar negeri.
- c. Mempergunakan jasa konsultan pemasaran internasional.
- d. Ikut serta dalam *salles mission* ke luar negeri.
- e. Ikut serta dalam pameran dagang di dalam maupun di luar negeri.
- f. Mengirimkan daftar harga dan brosur kepada calon pembeli di luar negeri.
- g. Memasang iklan di media cetak, radio, televisi, internet, dan media lain, seperti: *billbord*, *trade directories* dll.
- h. Memperkenalkan diri dalam kontak bisnis di medi cetak, majalah, dan berbagai koran di luar negeri.
- i. Mendaftarkan perusahaan dan komoditas ekspor ke atase Perindustrian dan Perdagangan yang ada pada kedutaan besar RI di luar negeri.
- j. Mendaftarkan perusahaan dan komoditas ekspor pada Badan Pengembangan Ekspor Nasional (BPEN) dan *Indonesian Trade Promotion Centre* (ITPC) di luar negeri.

- k. Mengundang calon pembeli (*foreign trade mission*) ke tempat atau ke kantor pemasaran perusahaan kita.
- l. Membuka kios-kios (*marketing outlets*) di daerah tujuan wisata dalam negeri untuk memasarkan hasil kerajinan serta hasil industri kecil komoditas ekspor serta barang kesenian (*artifact*).
- m. Promosi dari mulut ke mulut konsumen yang bersumber dari kekaguman konsumen pada komoditas dan pelayanan perusahaan.

### **E. Negosiasi Ekspor**

Transaksi perdagangan internasional dilakukan melalui dua cara. Cara pertama dan utama adalah melalui korespondensi atau surat menyurat, dan cara kedua melalui negosiasi tatap muka. Meskipun pengalaman menunjukkan delapan puluh persen transaksi perdagangan ekspor impor melalui korespondensi, namun peranan negosiasi tatap muka hanya sepuluh persen tapi sangat penting. Dengan negosiasi tatap muka, hampir seluruh kepandaian, keahlian, kepandaian, bahkan kebudayaan seorang penguasa dipertaruhkan.

Dalam negosiasi tatap muka, diuji kecerdikan, keuletan, dan keahlian seorang pengusaha untuk membuktikan apakah dirinya sekedar jago kandang yang berani dengan bangsa sendiri, atukah seorang yang benar-benar jago yang berani bertarung di arena internasional. Karena itu baik para eksportir maupun importir seyogyanya benar-benar memahami seluk-beluk negosiasi bisnis, khususnya bisnis internasional.

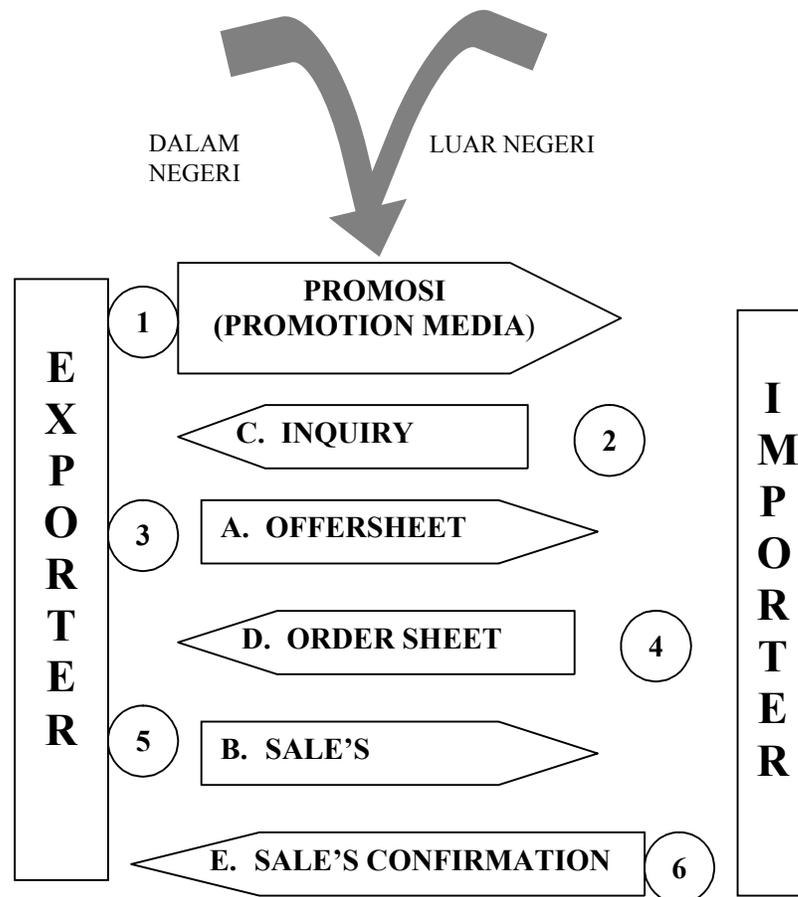
“Yang dimaksud dengan negosiasi bisnis adalah pertemuan tatap muka antar dua orang atau dua kelompok pengusaha untuk melakukan

serangkain tawar menawar yang berkesinambungan mengenai suatu subyek niaga tertentu, yang bertujuan untuk mencapai suatu perjanjian atau kontrak dagang” (Amir, 2002 :73). Setiap perundingan akan maju ke meja perundingan dengan tujuan dan tekad untuk mencapai suatu perjanjian dengan syarat-syarat yang secara optimal memuaskan kedua belah pihak.

“Negosiasi yang berhasil adalah negosiasi yang membuahkan suatu kontrak atau perjanjian. Sebaliknya negosiasi yang menemui jalan buntu (deadlock) atau hanya menghasilkan suatu perjanjian yang kurang memuaskan salah satu pihak, disebut negosiasi yang gagal, walaupun bukan gagal total” (Amir, 2002: 73). Dalam negosiasi bisnis yang menjadi yang menjadi subyek negosiasi itu antara lain mengenai mutu barang, harga, syarat pembayaran, tempat penyerahan, waktu penyerahan, sertifikasi mutu, garansi, perawatan purna jual, berbagai sanksi, pembagian tugas dan kewajiban masing-masing pihak dan lain-lain.

Yang dimaksud dengan kontrak atau perjanjian adalah rumusan akhir dari hasil negosiasi yang dituangkan secara terinci dalam bentuk formal pasal demi pasal yang ditanda tangani kedua belah pihak. Kontrak atau perjanjian dimaksudkan sebagai landasan hukum bagi pelaksanaan suatu transaksi yang mengikat bagi kedua belah pihak, oleh karena itu diberi materai secukupnya sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

## F. Sale's Contract Process



Tabel 2.1 Sale's Contract Process

Keterangan :

1. Eksportir mempromosikan komoditas yang akan diekspornya melalui media promosi seperti pameran dagang, iklan di koran, majalah, radio, media televisi, baik di luar negeri maupun di dalam negeri, atau melalui badan-badan khusus urusan promosi ekspor seperti Badan Pengembangan Ekspor Nasional (BPEN), Dewan Penunjang Ekspor (DPE), Kamar

Dagang dan Industri Indonesia (Kadin Indonesia), Atase Perdagangan RI di tiap kedutaan besar asing yang ada di Jakarta, Kamar Dagang dan Industri negara asing di Jakarta dan kota-kota besar lainnya di Indonesia seperti *American Chamber of Commerce* (AMCHAM), *China External Trade Association* (CETRA), *Japan External Trade Organization* (JETRO), *Korean Trade Agency* (KOTRA) dan lain-lain. Tujuan promosi adalah untuk menarik minat calon importir terhadap komoditas yang akan diekspor.

2. Importir yang berminat mengirimkan surat permintaan harga atau *Letter of Inquiry* kepada eksportir. *Letter of Inquiry* lazimnya berisikan permintaan penawaran harga dengan memberitahukan mutu barang yang diinginkan, kuantum yang ingin dibeli, harga satuan dan total harga dalam valuta asing (US \$ atau lainnya), waktu pengiriman (*Shipment Date*), dan nama pelabuhan tujuan yang diinginkan.
3. Eksportir memenuhi permintaan importir dengan mengirimkan surat penawaran harga yang disebut dengan *Offersheet*. *Offersheet* berisikan keterangan sesuai permintaan importir, seperti uraian barang, mutu, kuantum, waktu penyerahan, harga dan tempat penyerahan barang, syarat pembayaran, waktu pengapalan, cara pengepakan barang, brosur, dan bila perlu contoh barang yang ditawarkan. Penawaran itu juga menyebutkan apakah penawaran bersifat *free offer* ataukah *firm offer*.
4. Importir, setelah mempelajari dengan seksama *offersheet* dari exportir, menempatkan surat pesanan dalam bentuk *order sheet* atau *purchase order* kepada eksportir.

5. Eksportir menyiapkan kontrak jual beli ekspor (*sale's contract*) sesuai dengan data dari *offersheet* ditambah dari keterangan seperti *force majeure clause*, klaim, syarat pengapalan seperti *shipment, transshipment, vessel age*, dan lain-lain. Kontrak tersebut ditandatangani oleh eksportir dan dikirim kepada importir untuk ditandatangani pula sebagai persetujuan atas *sale's contract* itu. Lazimnya *sale's contract* dibuatkan aslinya dalam rangkap dua (*two original*).
6. Importir mempelajari *sale's contract* dengan seksama, dan bila dapat menyetujuinya kemudian ia menandatangani dan mengembalikannya kepada eksportir. Satu *original copy* ditahan oleh importir sebagai dokumen asli transaksi yang lazim disebut sebagai *sale's confirmation*. Kedua *sale's confirmation copy* yang asli ini mempunyai kekuatan hukum yang sama.

Export sale's contract atau kontrak dagang ekspor adalah kesepakatan antara eksportir dan importir untuk melakukan perdagangan barang sesuai dengan persyaratan yang disepakati bersama dan masing-masing pihak mengikat diri untuk melaksanakan semua kewajiban yang ditimbulkan

### **BAB III**

#### **DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

##### **A. Gambaran Umum Perusahaan**

###### **1. Sejarah Berdirinya Perusahaan Furniture Jhoko Arts.**

Perusahaan Furniture Jhoko Arts, sebelum menjadi nama Perusahaan Furniture Jhoko Arts, Bapak Sarjono, SH telah bergerak dalam bidang penjualan sejak tahun 1990. Waktu itu beliau mendirikan perusahaan dirumahnya sendiri yang terletak di Jalan Jendral Sudirman Kartasura atau tepatnya didepan komplek Asrama Kopassus Kandang Menjangan Kartasura, namun pada saat itu perusahaan belum memiliki nama.

Pada tahun 1996, Bapak Sarjono, SH memberikan nama perusahaannya dengan nama Perusahaan Furniture Jhoko Arts. Beliau adalah pemilik sekaligus pemimpin aktifitas perusahaan furniture ini. Diawal usahanya, perusahaan memperkerjakan lima orang karyawan dan masih menggunakan peralatan yang sederhana. Perkembangan selanjutnya perusahaan mengalami perkembangan yang pesat, hal ini tidak terlepas dari keuletan dan kejujuran pendiri, sehingga mendapat kepercayaan dari konsumen, khususnya para importir.

Bentuk usaha dari Perusahaan Furniture Jhoko Arts ini adalah perusahaan perseorangan dimana maju dan mundurnya perusahaan tergantung pada seorang pemimpin saja. Pada bentuk usaha semacam ini pemilik merangkap pemimpin perusahaan.

Pengusaha perseorangan dapat mendapatkan pinjaman dari kreditur untuk membantu operasional perusahaannya, tetapi pinjaman ini tidak menggambarkan kepemilikan. Pengusaha perseorangan wajib membayar sendiri semua hutang akibat pinjaman, tetapi tidak perlu membagi keuntungan pada kreditur.

Modal merupakan salah satu faktor yang penting guna menunjang kelancaran suatu usaha. Adapun sumber modal Perusahaan Furniture Jhoko Arts ini adalah modal sendiri. Karena tidak adanya data-data mengenai modal awal yang dikeluarkan oleh perusahaan maka dalam hal ini penulis tidak mendapatkan angka pasti tentang modal awal perusahaan. Namun pada saat melakukan usaha sumber modal perusahaan ini adalah modal sendiri dan modal dari pinjaman bank.

## **2. Lokasi Perusahaan**

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan perabot rumah tangga dan melonjaknya permintaan pada Perusahaan Furniture Jhoko Arts, maka Bapak Sarjono, SH selaku pimpinan mengantisipasi hal tersebut dengan merubah konsep dari Perusahaan Furniture tersebut. Hal ini dimaksudkan untuk memenuhi permintaan konsumen. Setelah melalui pertimbangan yang matang Bapak Sarjono, SH mengambil keputusan yaitu menambah lokasi penjualan yang berupa ruangan Show Room dan ruangan produksi yang letaknya di Jalan Slamet Riyadi No.32 Kartasura, yang mulanya luasnya hanya 800 m<sup>2</sup> menjadi 1600 m<sup>2</sup>.

Alasan penentuan lokasi dan penambahan lokasi dikarenakan:

- a. Secara tak langsung telah memperbaiki dan meningkatkan penghasilan masyarakat sekitarnya, yaitu dengan membuka kesempatan kerja.
- b. Kemudahan dalam pengangkutan, karena lokasi Perusahaan Furniture Jhoko Arts dekat dengan fasilitas transportasi.
- c. Mudah dalam mendapatkan tenaga kerja.

Dengan adanya penambahan lokasi penjualan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan para importir sekaligus dapat meningkatkan volume penjualan. Pembangunannya dimulai awal tahun 2002 dan selesai pada akhir tahun 2002. Dan pada akhir tahun 2002 itu pula Bapak Sarjono, SH memindahkan perusahaannya yang semula terletak di Jalan Jendral Sudirman ke Jalan Slamet Riyadi dan sekaligus membuka perusahaan tersebut.

Perusahaan Furniture Jhoko Arts memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai. Dan tujuan pendirian Perusahaan Furniture Jhoko Arts tersebut adalah:

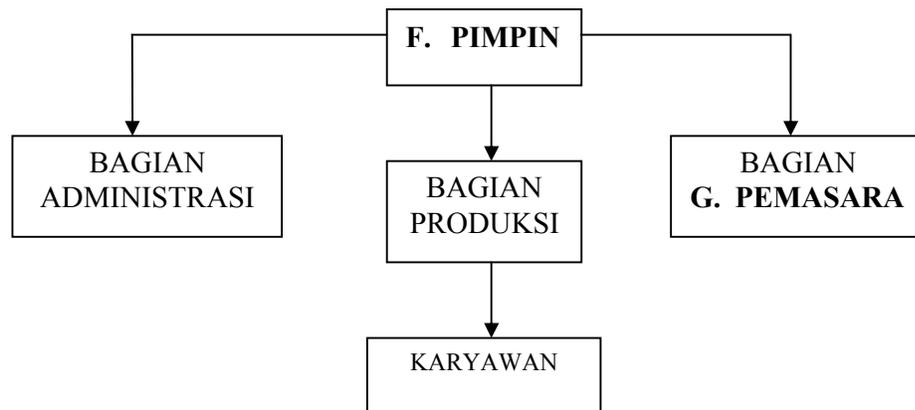
- a. Memperoleh keuntungan yang digunakan sebagai sumber penghasilan untuk kelangsungan hidup Perusahaan Furniture Jhoko Arts.
- b. Menciptakan lapangan pekerjaan yang berarti meningkatkan kemakmuran rakyat disekitarnya dan membantu pemerintah dalam mengurangi pengangguran.
- c. Memberikan kepuasan kepada konsumen dengan menyediakan alat-alat perlengkapan rumah tangga yang dibutuhkan oleh konsumen.

- d. Membantu masyarakat dalam mendapatkan perlengkapan rumah tangga yang mudah dan murah.
- e. Membantu pemerintah dalam meningkatkan kepercayaan dari luar negeri.

### **3. Struktur Organisasi**

Struktur organisasi merupakan mekanisme formal yang menunjukkan kerangka, susunan perwujudan pola tetap hubungan-hubungan diantara fungsi, bagian atau posisi maupun orang dimana struktur organisasi itu menunjukkan kedudukan, tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang berada dalam satu organisasi. Struktur organisasi mengandung standarisasi, koordinasi, sentralisasi atau desentralisasi dalam pembuatan keputusan.

Struktur organisasi yang dianut oleh Perusahaan Furniture Jhoko Arts berbentuk organisasi garis atau line. Pada bentuk ini tugas dan wewenang mengalir dari atas ke bawah, sedangkan tanggung jawab bergerak dari bawah ke atas. Keuntungan yang diperoleh dari bentuk organisasi ini adalah kesatuan perintah, pengawasan efektif dan koordinasi akan mudah dijalankan. Jadi dalam hal ini pemilik perusahaan memegang kekuasaan dan tanggung jawab terhadap pengambilan keputusan.



Tabel 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan Furniture Jhoko Arts  
Sumber: Perusahaan Furniture Jhoko Arts

Adapun masing-masing bagian mempunyai tugas sebagai berikut:

a. Pimpinan

Mempunyai kekuasaan penuh terhadap perusahaan juga bertanggung jawab atas tumbuh dan berkembangnya perusahaan. Tugasnya menentukan segala kebijakan yang berhubungan dengan kegiatan dan mengadakan pengawasan terhadap perusahaan.

b. Bagian Administrasi

Bagian administrasi mempunyai tugas membantu pimpinan dalam mengurus keperluan sehari-hari, yaitu mencatat transaksi-transaksi pembelian dan penjualan, mengadakan pengarsipan dan membuat laporan pertanggung jawaban kegiatan perusahaan.

c. Bagian Produksi

Bagian produksi dipimpin oleh seorang kepala bagian produksi atau mandor dan bertanggung jawab langsung kepada pimpinan.

Adapun tugas-tugas kepala bagian produksi antara lain:

- 1) Memberikan instruksi kepada para pekerja tentang berapa jenis dan banyaknya barang yang harus diproduksi.
- 2) Melaksanakan kegiatan produksi sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat bersama pimpinan.
- 3) Mengadakan pengawasan terhadap semua kegiatan produksi, mulai dari bahan baku sampai dengan menjadi barang produksi akhir atau barang jadi.
- 4) Mencari tenaga kerja borongan apabila ada pesanan yang lebih akibat stok barang yang ada di gudang kurang atau habis dan waktu untuk pembuatan produksi mendesak.

d. Bagian Pemasaran

Bagian pemasaran bertanggung jawab langsung kepada pimpinan. Tugasnya mencari pelanggan baru, melayani pembeli langsung, melakukan penagihan, dan menentukan tanggal penerimaan dari gudang dimana barang akan dikirim.

e. Karyawan

Karyawan disini tugasnya adalah melakukan proses produksi yang mana dikelompokkan sebagai berikut:

- 1) Teknisi
- 2) Tukang Kayu
- 3) Pembantu Tukang Kayu
- 4) Tukang Cat
- 5) Pembantu Tukang Cat

#### **4. Tenaga Kerja**

Tenaga kerja adalah orang yang bekerja dalam suatu perusahaan. Maksud dari pengadaan tenaga kerja yaitu untuk melaksanakan proses produksi. Guna memperoleh hasil yang optimal, maka Perusahaan Furniture Jhoko Arts selain menggunakan tenaga manusia juga menggunakan mesin-mesin. Sistem manusia dan sistem mesin dalam hal ini mempunyai pengertian bahwa sebagian tugas atau kegiatan produksi dilakukan oleh manusia dan sebagian tugasnya dilakukan oleh mesin. Jadi dalam hal ini bukan otomatisasi total, akan tetapi antara sistem mesin dan sistem manusia membentuk sebuah gabungan dengan hasil yang diperoleh melalui serangkain proses produksi.

Pada Perusahaan Furniture Jhoko Arts ini tidak mengutamakan pendidikan formal, tetapi lebih mengutamakan keterampilan dalam pengadaan tenaga kerjanya. Saat ini tenaga kerja Perusahaan Furniture Jhoko Arts berjumlah 45 orang yang terdiri tenaga kerja laki-laki yang berjumlah 38 dan tenaga kerja perempuan berjumlah 7, apabila ada pesanan yang lebih akibat stok barang gudang habis dan waktu untuk pembuatan produksi mendesak dan pemesanan maka kepala bagian produksi atau mandor mencari tenaga kerja borongan untuk membuat pesanan tersebut.

#### **5. Jam Kerja dan Hari Kerja**

Jam dan hari kerja yang ditetapkan pada Perusahaan Furniture Jhoko Arts adalah:

Hari	Jam Masuk	Istirahat	Jam Pulang
Senin-Kamis	08.00 WIB	12.00-13.00 WIB	17.00 WIB
Jumat	08.00 WIB	11.00-13.00 WIB	17.00 WIB
Sabtu	08.00 WIB	12.00-13.00 WIB	17.00 WIB
Minggu	-	-	-

Tabel 2.3 Hari dan Jam Kerja  
Sumber: Perusahaan Furniture Jhoko Arts

Perusahaan Furniture Jhoko Arts sangat memperhatikan karyawan sebagai balas jasa atas pengabdianya. Setiap karyawan mendapatkan empat hari libur dalam satu bulan yaitu hari minggu. Juga rutin diberi Tunjangan Hari Raya (THR) dan upah insentif untuk karyawan yang mampu memproduksi barang yang lebih banyak. Semakin banyak dalam memproduksi barang semakin tinggi jumlah insentifnya.

## 6. Hasil Produksi

Produksi adalah menciptakan kegunaan dari suatu barang, yaitu dari barang yang masih berupa bahan mentah atau bahan baku yang kemudian diolah menjadi barang jadi yang siap dipakai dan siap dikonsumsi. Demikian pula halnya dengan Perusahaan Furniture Jhoko Arts ini, yang memproduksi mebel dan perabot rumah tangga dengan tujuan untuk dipasarkan pada konsumen. Hasil produksi Perusahaan Furniture Jhoko Arts antara lain barang rumah tangga yaitu, almari, almari hias, laci, buffet, meja dan kursi dan masih banyak lagi.

## **7. Pemasaran Produk Perusahaan Furniture Jhoko Arts**

Secara garis besar pemasaran Perusahaan Furniture Jhoko Arts dapat dibagi menjadi dua yaitu pasar domestik dan pasar internasional.

### **a. Pasar Domestik**

Pasar domestik yang dimasuki Perusahaan Furniture Jhoko arts dapat berkembang seperti yang diharapkan. Hal ini dipengaruhi oleh faktor tingkat pendapatan masyarakat yang rata-rata masih menengah kebawah. Kemudian penghargaan terhadap seni yang masih rendah. Hal ini yang menyebabkan pasar domestik yang dimasuki Perusahaan Furniture Jhoko Arts hanya mencapai 40 persen dari seluruh total produksi. Pasar domestik yang dilayani oleh Perusahaan Furniture Jhoko Arts berkisar antara daerah, Bali, Bandung, Jakarta, dan Madiun.

### **b. Pasar Internasional**

Mayoritas buyer mancanegara yang menjadi konsumen produk Perusahaan Furniture Jhoko Arts berasal dari daratan eropa. Mereka biasanya mengenal produk Perusahaan Furniture Jhoko Arts dari mulut ke mulut atau dalam pameran furniture yang diadakan di show room Perusahaan Furniture Jhoko Arts.

Perusahaan Furniture Jhoko arts dalam memasarkan hasil produksinya untuk meningkatkan dan memajukan usahanya mempunyai daerah pemasaran yang mayoritas hasil produksinya di ekspor kenegara lain, antara lain, Australia, Belanda, dan Amerika.

Di tengah krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia sedikit banyak Perusahaan Furniture Jhoko Arts telah ikut Berpartisipasi menyumbang pemasukan devisa dari transaksi ekspor yang dilakukannya. Sedangkan dewasa ini diketahui pendapatan Indonesia pendapatan devisa dari segi pariwisata sangat menurun karena situasi keamanan di beberapa daerah tujuan wisata sangat rawan. Maka titik berat pemasukan devisa ditekankan ke sektor agribisnis atau non migas yang mempunyai kandungan impor lebih rendah, misalnya perusahaan furniture. Padahal saat ini diketahui harga bahan baku kayu sangat mahal, sehingga banyak industri bidang kayu yang jatuh.

## **B. Pembahasan**

### **1. Proses Produksi Perusahaan Furniture Jhoko Arts**

Untuk mengetahui proses produksi Perusahaan Furniture Jhoko Arts ini, terlebih dahulu dikemukakan bahan-bahan yang digunakan antara lain terdiri dari bahan utama dan bahan pembantu.

#### **a. Bahan Utama**

Bahan utama adalah bahan pokok yang digunakan untuk pembuatan furniture pada Perusahaan Furniture Jhoko Arts yang terdiri dari:

- 1) Kayu Jati.
- 2) Kayu Mahoni.

## b. Bahan Pembantu

Bahan pembantu adalah bahan tambahan yang digunakan untuk pembuatan furniture pada Perusahaan Furniture Jhoko Arts yang terdiri dari:

### 1) Lem Kayu

Lem kayu digunakan untuk melekatkan kayu yang satu dengan kayu yang lainnya. Lem kayu yang digunakan dalam proses produksi ini adalah jenis Lem Evoksi dan Lem Alteco.

### 2) Alat Pengerat

Alat ini digunakan untuk menyatukan elemen-elemen sehingga membentuk bodi atau bentuk furniture yang akan dibuat. Alat pengerat ini dapat berupa paku besi dapat juga berupa bambu yang dibentuk menyerupai paku besi.

### 3) Amplas

Amplas adalah lembaran kertas atau kain yang salah satu sisinya ditaburi jenis material tertentu yang mengandung daya gosok. Amplas digunakan untuk melicinkan permukaan-permukaan kayu sebelum dipelitur, dipoles, atau dicat.

### 4) Kaca Bening

Digunakan untuk menutupi bagian pintu yang terbuka sehingga bagian dalam dari almari hias tetap terlihat bila diberi hiasan. Biasanya kaca yang digunakan adalah kaca bening dengan ukuran 5 mm untuk furniture almari besar dan 3 mm digunakan untuk furniture dengan ukuran almari kecil.

## 5) Engsel

Digunakan sebagai penghubung pintu dengan almari sehingga dapat dibuka dan ditutup. Engsel biasanya berasal dari kuningan.

## 6) Plitur/Melamic

Digunakan pada proses finishing agar furniture terlihat bagus dan tahan lama, dan juga agar furniture lebih halus dan anti gores.

## 7) Thiner

Digunakan sebagai pengencer melamic dan dapat juga digunakan sebagai pengencer cat pada proses finishing.

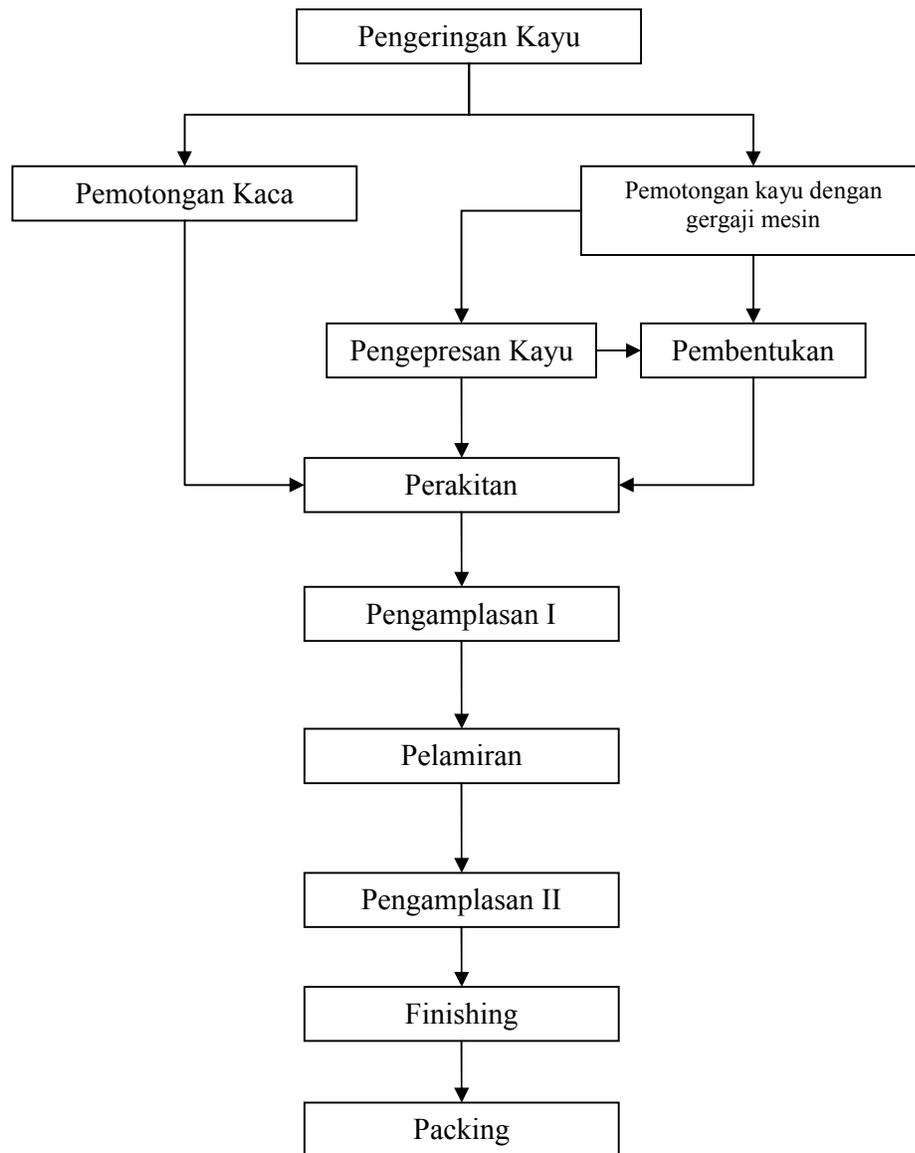
## 8) Hardener

Digunakan sebagai pengeras sehingga melamic cepat kering.

## 9) Woodfiler

Digunakan untuk menutup pori-pori kayu, dapat juga berfungsi untuk menyamakan kayu agar kayu sama warnanya.

Setelah mengetahui bahan baku yang berupa bahan utama dan pembantu dalam pembuatan furniture, selanjutnya akan dijelaskan proses produksi pembuatan furniture pada Perusahaan Furniture Jhoko Arts. Secara berurutan sebagai berikut :



Tabel 2.4 Proses Produksi Perusahaan Furniture Jhoko Arts  
Sumber : Perusahaan Furniture Jhoko Arts

## Keterangan Proses Produksi pada Perusahaan Furniture Jhoko Arts.

### a. Pengeringan Kayu

Pengeringan kayu merupakan hal yang sangat penting dan harus dilakukan secara efisien. Pengeringan yang tak baik dapat merusak setiap kayu. Tujuan dari pengeringan kayu adalah :

- 1) Untuk memperkecil kadar lenyas atau air dalam kayu.
- 2) Untuk mencegah serangan terhadap kayu oleh jamur dan serangga-serangga penggerak kayu.
- 3) Untuk meningkatkan kekuatan kayu agar lebih mudah dikerjakan.
- 4) Agar ukuran dan bentuknya tidak dapat berubah.

Ada dua cara pengeringan kayu yang dilakukan oleh Perusahaan Furniture Jhoko Arts yaitu pengeringan kayu dengan menggunakan sinar matahari dan pengeringan kayu dengan menggunakan oven pengering kayu yang sederhana. Biasanya pengeringan kayu dengan menggunakan oven akan lebih cepat dari pada pengeringan kayu dengan pemanfaatan sinar matahari.



Gambar 3.1.  
Pengering Oven Sederhana

b. Pemotongan Kaca

Pemotongan kaca yaitu proses pemotongan kaca sesuai dengan yang dikehendaki, yang berfungsi untuk menutupi bagian pintu yang terbuka.

c. Pemotongan kayu dengan Gergaji Mesin

Pemotongan kayu yaitu proses pemotongan kayu yang sesuai dengan ukuran yang dibutuhkan. Pada proses ini perusahaan Furniture Jhoko Arts menggunakan gergaji mesin sehingga dapat mudah dalam pengerjaannya dan atau lebih cepat.



Gambar 3.2  
Pemotong Kayu Gergaji Mesin

d. Pengepresan kayu

Pengepresan kayu yaitu proses menyatukan kayu dengan kayu lapis yang telah dipotong. Proses ini dilakukan dengan cara mengelim kayu dengan kayu lapis. Lem yang digunakan pada proses pengepresan kayu ini adalah lem evoksi yang tidak mudah atau lama keringnya, tujuannya agar lapisan-lapisan yang akan di lem dapat diatur kembali. Tujuan pengepresan kayu ini adalah kayu menjadi satu bagian agar terlihat tebal.

e. Pembentukan

Pembentukan yaitu pembentukan potongan-potongan tepi kayu yang sesuai dengan pesanan para importir.

f. Perakitan

Perakitan yaitu penyatuan elemen-elemen atau bagian-bagian bentuk yang telah dipres sehingga membentuk bodi sebuah furniture. Perakitan dapat dilakukan di luar dari perusahaan Furniture Jhoko Arts, apabila ada pesanan yang lebih.



Gambar 3.3  
Perakitan

g. Pengamplasan I

Pengamplasan I dilakukan setelah perakitan selesai dengan amplas yang berukuran 150. Kalau perlu furniture yang sudah dirakit tersebut dicopot kembali sehingga permukaan-permukaan yang belum terjangkau untuk dihaluskan dapat dijangkau agar lebih mudah pengamplasannya.

h. Pelamiran

Pelamiran dilakukan setelah pengamplasan I. Dalam pelamiran ini bertujuan agar pori-pori kayu dapat tertutup. Pada proses ini menggunakan bahan woodfiller.

i. Pengamplasan II

Pengamplasan II digunakan untuk menghaluskan kembali woodfiller yang menutup pori-pori agar furniture terlihat lebih halus

lagi. Pengamplasan II dilakukan setelah model atau elemen-elemen furniture dirakit kembali. Pengamplasan II dilakukan dengan amplas yang berukuran 360.



Gambar 3.4  
Pengamplasan II

j. Finishing

Untuk mencegah melindungi furniture dari cahaya matahari, bahan-bahan kimia dan agar terhindar dari serangan air maka setelah furniture telah halus dan rata maka dilakukan proses finishing. Proses finishing dapat menggunakan melamic untuk lebih menampakkan kualitas-kualitasnya dan untuk melindungi terhadap panas, cahaya matahari dan gangguan lainnya.



Gambar 3.5  
Finishing

k. Packing

Setelah finishing selesai maka dilakukan proses packing. Proses packing adalah proses pembungkusan furniture yang akan dikirim sesuai pesanan para konsumen. Packing furniture pada Perusahaan Furniture Jhoko Arts menggunakan single fish / kardus.



Gambar 3.6  
Packing

Pada Perusahaan Furniture Jhoko Arts, hasil berupa limbah produksi dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh perusahaan. Hal ini untuk menjaga hubungan baik antara perusahaan Furniture Jhoko Arts dengan masyarakat yang ada disekitarnya.

Tujuan Perusahaan Furniture Jhoko Arts memanfaatkan hasil limbah produksi adalah untuk:

- a. Menjaga hubungan baik dengan masyarakat sekitarnya.
- b. Membantu masyarakat sekitar dalam mendapatkan bahan bakar pembuatan Tahu.
- c. Menambah pendapatan bagi Perusahaan Furniture Jhoko Arts.
- d. Memaksimalkan bahan produksi supaya tidak terbuang sia-sia.

Jenis limbah produksi pada Perusahaan Furniture Jhoko Arts antara lain:

a. Potongan-potongan kayu

Potongan-potongan kayu dari hasil proses produksi biasanya berupa kayu kecil bekas potongan bodi furniture karena ukurannya tidak sesuai atau menyisakan sisa. Potongan-potongan kayu dimanfaatkan untuk bahan bakar dari pembuatan Tahu masyarakat sekitar, karena kebanyakan masyarakat yang berada disekitar lingkungan perusahaan adalah pembuat Tahu dari kedelai.

b. Serbuk Grajen Kayu

Serbuk grajen kayu adalah berupa serbuk-serbuk dari kayu yang halus, digunakan untuk menutupi lubang-lubang yang cukup besar. Untuk menutupinya serbuk grajen kayu biasanya dicampur dengan lem yang berjenis Allteco dimana sifatnya sangat keras dan agar dapat menempel dengan erat pada kayu.

c. Kaleng Bekas

Kaleng bekas adalah kaleng tempat cat maupun thinner yang telah habis dipakai. Kaleng bekas biasanya dijual kepada pemulung yang kemudian akan didaur ulang.

d. PK (Persamaan Kayu)

PK atau Persamaan Kayu adalah zat yang berbentuk cair yang digunakan untuk menghemat pelitur. PK atau Persamaan Kayu hanya digunakan untuk kayu yang berjenis Mahoni. Sementara ini

pembuangan limbah PK hanya dibuang kealiran pembuangan air kotor dan sampai saat ini belum ada komplain dari masyarakat sekitarnya.

## 2. Promosi Perusahaan Furniture Jhoko Arts

Perusahaan Furniture Jhoko Arts telah mengekspor produk-produknya ke berbagai negara diantaranya Australia, Belanda dan sekarang sudah sampai Italia dan Srilanka. Hal tersebut tidak terlepas dari peran promosi yang dilakukan oleh Perusahaan Furniture Jhoko Arts. Promosi memegang peranan kunci dalam pemasaran ekspor. Promosi menduduki posisi selaku ujung tombak dalam kegiatan pemasaran dalam suatu komoditas. Tanpa promosi calon pembeli tidak akan mengenal dengan baik komoditas yang dihasilkan oleh perusahaan. Tanpa mengenal komoditas perusahaan, calon pembeli tidak akan berminat untuk membelinya.

Kebanyakan para pengimpor yang membeli produk dari Perusahaan Furniture Jhoko Arts mengenal produk dari *contact person* antara pemimpin dengan pengimpor. Selain itu para pengimpor juga mengenal produk Perusahaan Furniture Jhoko Arts dari mulut ke mulut atau dalam pameran furniture yang diadakan di show room Perusahaan Furniture Jhoko Arts.

Perusahaan Furniture Jhoko Arts melakukan kegiatan promosi lewat pameran dikarenakan adanya beberapa alasan diantaranya:

### a. Menyediakan informasi

Para pengimpor akan mendapatkan informasi baru dari Perusahaan Furniture Jhoko Arts mengenai barang-barang dengan model-model

baru, maupun harga, bahan, dan pemasaran dari produk yang dihasilkan oleh Perusahaan Furniture Jhoko Arts.

b. Merangsang permintaan konsumen

Dengan adanya promosi yang dilakukan oleh Perusahaan Furniture Jhoko Arts khususnya pameran yang diadakan di show room akan membangkitkan dan mengarahkan perhatian importir kepada subyek yang dipamerkan dan tidak jarang para pengunjung pameran sengaja datang dari tempat-tempat yang sangat jauh.

c. Membedakan produk

Para konsumen dapat membedakan secara langsung perbedaan-perbedaan produk yang dihasilkan oleh Perusahaan Furniture Jhoko Arts dengan produk-produk perusahaan lain.

d. Menghadang pesaing

Upaya promosi yang diadakan oleh Perusahaan Furniture Jhoko Arts khususnya pameran dalam menghadang pesaing yang mengadakan promosi lewat pameran-pameran yang serupa.

e. Pertemuan tatap muka

Kepercayaan, dan nama baik Perusahaan Furniture Jhoko Arts bisa dikokohkan dengan bertatap muka secara langsung dengan memberikan kenyataan-kenyataan yang sesungguhnya.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan yang merupakan hasil kajian dan pemecahan masalah sesuai dengan tujuan penelitian yang telah disusun penulis pada bab satu serta saran-saran dari penulis setelah melaksanakan penelitian pada suatu obyek.

#### **A. Kesimpulan**

1. Bahan yang digunakan pada proses produksi terdiri dari bahan utama dan bahan pembantu. Bahan utamanya antara lain: Kayu Jati dan Kayu Mahoni. Bahan pembantu antara lain: lem kayu, alat pengerat, amplas, kaca bening, engsel, plitur/melamic, thinner, hardener, woodfiller. Terjadinya proses produksi pembuatan produk furniture pada Perusahaan Furniture Jhoko Arts melalui beberapa tahapan antara lain: pengeringan kayu, pemotongan kaca, pemotongan kayu dengan gergaji mesin, pengepresan kayu, pembentukan, perakitan, pengamplasan I, pelamiran, pengamplasan II, finishing, packing. Perusahaan Furniture Jhoko Arts telah memanfaatkan limbah dari proses produksi dengan sebaik-baiknya, untuk dimanfaatkan bagi masyarakat sekitar maupun untuk menambah pendapatan bagi Perusahaan Furniture Jhoko Arts sendiri.
2. Kebanyakan para pengimpor yang membeli produk dari Perusahaan Furniture Jhoko Arts mengenal produk dari *Contact Person* antara pemimpin dengan para pengimpor, selain itu para pengimpor juga mengenal produk Perusahaan Furniture Jhoko Arts dari mulut kemulut atau dalam pameran yang diadakan di Show Room perusahaan.

## **B. Saran-saran**

1. Untuk mengoptimalkan perusahaan, pemimpin lebih baik membentuk manajemen yang yang handal agar dapat membantu pemilik sekaligus pemimpin Perusahaan Furniture Jhoko Arts, karena perusahaan merupakan perusahaan perseorangan.
2. Untuk bahan utama pembuatan furniture dalam proses produksi sebaiknya perusahaan Furniture Jhoko Arts menambah jenis kayu yang ada, seperti meranti, kayu kalimantan karena bahan utama yang digunakan diperusahaan saat ini makin langka dan hal ini akan meningkatkan harga bahan baku yang digunakan.
3. Didalam pengeringan kayu pada proses produksi Perusahaan Furniture Jhoko Arts sebaiknya menggunakan oven yang lebih modern lagi, agar kayu dapat menjadi lebih cepat kering.
4. Dalam hal promosi sebaiknya Perusahaan Furniture Jhoko Arts juga membuat *web site*, pameran di luar negeri supaya pengimpor lebih banyak lagi yang mengenal produk dan berminat untuk membelinya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Wahyu dan Murti, Hari, 2004, **Pedoman Penulis Tugas Akhir dan Magang Kerja**, Program Studi Diploma III Bisnis Internasional, Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta, Surakarta.
- Jefkins, Frank, 1996, **Periklanan**, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- M.S, Amir, 2002, **Kontrak Dagang Ekspor**, Penerbit PPM, Jakarta.
- Simamora, Henry, 2000, **Manajemen Pemasaran Internasional Jilid Dua**, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Soetrisno, MH, 1991, **Pengantar Bisnis**, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Winardi, 1987, **Pengantar Ekonomi Perusahaan**, Penerbit Tarsito, Bandung.

# LAMPIRAN

# SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : SUYANTO  
Nomor Induk Mahasiswa : F. 3102047  
Fakultas : Ekonomi Universitas Sebelas Maret  
Jurusan / Program Studi : D-3 BISNIS INTERNASIONAL  
Tempat, tanggal lahir : SURAKARTA, 7 MEI 1983  
Alamat rumah / no.telphone : pr.hengke kios no 27 solo  
Judul Tugas Akhir : PROSES PRODUKSI DAN PROMOSI  
PRODUK EKSPOR PADA  
PERUSAHAAN FURNITURE  
JEKO ARTS DI KARTASURA  
  
Pembimbing Tugas Akhir : Drs. KRESNO SAROSA PRIBADI

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, 31 JULI 2005

Yang menyatakan,



SUYANTO

NIM. F. 3102047



**"JHOKO" Arts**  
Antiques & Furniture



Show - Room : Pucangan - Kartasura  
HP. : 081 2298 2882

Residence : Kartasura  
Fax. : 0271 - 781331

**SURAT KETERANGAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini atas nama pimpinan Perusahaan Jhoko Arts menerangkan bahwa Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta:

Nama : Suyanto  
NIM : F 3102047  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : D3 Bisnis Internasional

Adalah benar-benar telah melaksanakan Praktek Magang Kerja Pada perusahaan kami, terhitung mulai tanggal 24 Januari 2005 sampai dengan 2 Maret 2005.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dipergunakan sbagaimana mestinya.

Surakarta 2 maret 2005



**JHOKO Arts**  
Antiques & Furniture Sarjono, SH  
Pimpinan Perusahaan

**DAFTAR HADIR MAHASISWA PRAKTEK MAGANG PERUSAHAAN  
JHOKO ARTS**

NO	TANGGAL	HANANG TRI ADI SWASONO ( F 3101011 )	SUYANTO ( F 3102047 )	HERI HARYONO ( F 3102077 )
1	24-1-2005	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
2	25-1-2005	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
3	26-1-2005	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
4	27-1-2005	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
5	28-1-2005	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
6	29-1-2005	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
7	31-1-2005	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
8	1-2-2005	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
9	2-2-2005	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
10	3-2-2005	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
11	4-2-2005	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
12	5-2-2005	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
13	7-2-2005	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
14	8-2-2005	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
15	11-2-2005	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
16	12-2-2005	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
17	14-2-2005	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
18	15-2-2005	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
19	16-2-2005	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
20	17-2-2005	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>

**DAFTAR HADIR MAHASISWA PRAKTEK MAGANG PERUSAHAAN  
JHOKO ARTS**

NO	TANGGAL	HANANG TRI ADI SWASONO ( F 3101011 )	SUYANTO ( F 3102047 )	HERI HARYONO ( F 3102077 )
21	18-2-2005			
22	19-2-2005			
23	21-2-2005			
24	22-2-2005			
25	23-2-2005			
26	24-2-2005			
27	25-2-2005			
28	26-2-2005			
29	28-2-2005			
30	1-3-2005			
31	2-3-2005			



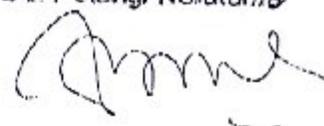
( Bp SARJONO, SH )

## INVOICE

TO  SHIPPED FROM SHIPPED PER TERM OF PAYMENT ISSUED BY	SAFFRON WAREHOUSE (PVT)LTD 24A, BOGAHAHENA ROAD BATTARAMULLA SRI LANKA	NO :  REF <u>QUOTATION</u> <u>29/05/2004</u>  TO <u>COLOMBO</u> <u>SRI LANKA</u>  ON
	TANJUNG EMAS, SEMARANG	
	Document Against Payment (DAP)	

NO	DESCRIPTION		QTY	UNIT PRICE	TOTAL AMOUNT
			PCS	USD	USD
1	Chairs 7 bars	UF	100	10,83	1.083,00
2	Dining Table 280 x 110 (4 cm)	UF	6	97,25	583,50
3	Dining Table 200 x 110 (4 cm)	UF	6	66,67	400,02
4	Bookcase Standard	MED	12	30,56	366,72
5	Shop Cabinet	UF	6	83,33	499,98
6	4 Door 4 Drawer Buffet	MED	4	52,78	211,12
7	4 Door 4 Drawer Buffet	UF	6	50,00	300,00
8	3 Door 3 Drawer Buffet	MED	4	47,22	188,88
9	3 Door 3 Drawer Buffet	UF	6	44,44	266,64
10	Cabinet 2 Door 8 Glass	MED	2	54,21	108,42
11	Cabinet 2 Door 8 Glass	UF	6	50,00	300,00
12	Panel Cabinet KD	UF	6	66,67	400,02
13	TV Cabinet	UF	6	44,45	266,70
<b>TOTAL</b>			<b>170</b>		<b>4.975,00</b>

Say United States Dollar : # Four thousand nine hundred seventy five only #

Bogor, 9 July 2004  
 CV. Petangi Nuratama  
  
 Stantri R. Marlies

# Ocean Bill of Lading

<b>Shipper</b> PT. MEGARAMA LESTARINDO JL. P. JAYAKARTA NO. 139F LT II KEC. SAWAH BESAR JAKARTA PUSAT		B/L No. <b>SKA/VLC-MOI.00567</b>	
<b>Consignee</b> LE CLUESE CALLE COP, 5.03700 DENIA (ALICANTE) ES PANIA TEL.: 96 642 5273 FAX.: 96 575 6574 / 96 575 7754		 <b>MEGA ORIENT LINES</b>	
<b>Notify party</b> SAME AS CONSIGNEE			
<b>Pre-carriage by</b> CHUN HE V. 035		<b>Place of receipt</b> SEMARANG	
<b>Ocean Vessel</b> FRANCE V. 009W V. 1323		<b>Port of loading</b> SEMARANG	
<b>Port of discharge</b> VALENCIA, SPAIN		<b>Place of delivery</b> VALENCIA, SPAIN	
<b>Final destination</b> VALENCIA, SPAIN			
Owner's mark/Container No. Marks and nos.  CONT./SEAL NR.: KKFU 7143275/40' HC BZ 18026	Description of goods  1 X 40' HC SAID TO CONTAIN; 108 PIECES OF WOODEN FURNITURE	Gross weight kg.  G.W.: 7,000.00 KGS  N.W.: 6,500.00 KGS	Measurement cu.m.  "SHIPPED ON BOARD" NOVEMBER 06, 2002
*FCL-FCL* *FREIGHT COLLECT* <span style="font-size: 2em; font-weight: bold;">COPY</span>			
<b>Total No. of Containers or packages (in words)</b> ONE BY FORTY HC FOOTER CONTAINER ONLY			
<b>Freight and charges etc.</b>  FREIGHT COLLECT	Prepaid	Collect	<b>Type of Service</b> CY - CY  <b>Number of Original B/L</b> 3 (THREE) ORIGINALS  <b>Freight Payable</b> AT DESTINATION  <b>Place and date of issue</b> SURAKARTA, NOVEMBER 06, 2002
<b>Delivery to be Effective Through</b> UNIVERSAL MARITIMA S.A CARRACA 5 BAJO E - 46011 VALENCIA TEL.: 96 367 4200 FAX.: 96 367 1163		 P.T. MEGARAMA LESTARINDO JAKARTA	
FOR OTHER TERMS AND CONDITIONS SEE REVERSE SIDE			

Particulars declared by Shipper

As Agents

# CHECKLIST

<b>SUPPLIER</b>	: JHOKO ART Pucangan - Kartasura Telp. : 0271 781 331	<b>EMKL</b>	: PT. MEGARAMA Telp : 0271 626 420 626 421
<b>C. PERSON</b>	: Pak Jhon HP 0812 298 2882	<b>C. PERSON</b>	: M' Dewi 08164273179 M' Yanti
<b>COMMODITY</b>	: FURNITURE	<b>STUFFING DATE</b>	: July 2004

NO	DESCRIPTION	ORDER PCS	LOADING IN CTN	TOTAL PCS	REMARKS
1	Chairs 7 bars UF	100			
2	Dining Table 280 x 110 (4 cm) UF	6			
3	Dining Table 200 x 110 (4 cm) UF	6			
4	Bookcase Standard MED	12			
5	Shop Cabinet UF	6			
6	4 Door 4 Drawer Buffet MED	4			
7	4 Door 4 Drawer Buffet UF	6			
8	3 Door 3 Drawer Buffet MED	4			
9	3 Door 3 Drawer Buffet UF	6			
10	Cabinet 2 Door 8 Glass MED	2			
11	Cabinet 2 Door 8 Glass UF	6			
12	Panel Cabinet KD UF	6			
13	TV Cabinet UF	6			
<b>TOTAL</b>		<b>170</b>			

Check by :  
CV Pelangi Nuratama

Supplier  
Jhoko Art



PT. ATLANTIC CONTAINER LINE  
 Jl. MELON NO. 16 MANTENAN MERTOYUDAN  
 MAGELANG JAWA TENGAH INDONESIA  
 PHN/FAX. (62-0293) 325511



**AICLI**  
 Atlantic Container Line

JAKARTA OFFICE  
 Koken Permata Kelapa Gading  
 Jl. Boulevard Bukit Gading Raya Blok D No. 21  
 Kelapa Gading, Jakarta Utara 14240  
 Tel. +62-21-4609477 Fax. +62-21-4609466  
 E-mail: jakarta@acilindonesia.com or acikli@idola.net.id  
 http://www.acilindonesia.com

NO. INVOICE No. LSGF 0204 0130

COUNTRY OF ORIGIN BILL OF LADING NO.  
 ASGF 010130 CMI

POD/LOADING, CY	VEG/VEL NAME	ETD DATE	PORT OF DISCHARGE	ETA DATE	DATE OF ISSUE
	WARAN SINAR V. 389 NEWPORT BAY 52E08	11-02-2004	COLOMBO COLOMBO, CY	24-02-2004	11-02-2004

DESCRIPTION OF CHARGES	AMOUNT
ST. ARMANDO ART SAFFRON WAREHOUSE (PVT) LTD 1 X 40 HC HILXU607182 / HILCL1358847	
THC	US\$ 200.00
DOC FEE	US\$ 30.00
ADM FEE	US\$ 2.00



EXCHANGE RATE	GRAND TOTAL
	US\$ 232.00

1. All cheques should be crossed and payable to PT. ATLANTIC CONTAINER LINE. 2. Interest at rate of 1 1/2 % a month or part thereof be charges for outstanding invoices. 3. If there any discrepancy kindly contact our accounts department within 7 days in writing from the date of this invoice otherwise all claims will be considered as rejected. 4. Payment on US Dollars & Rupiah via Bank please transfer to PT. ATLANTIC CONTAINER LINE

- SUDIRMAN - SEMARANG  
 Dollars A/C No. : 2.274.081.011  
 Riels A/C No. : --

  
 PT. Atlantic Container Line  
 AUTHORIZED SIGNATURE

IT / SHIPPER