

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

PT Pandam Adiwastra Janaloka merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri kerajinan tangan yang memproduksi berbagai produk kerajinan seperti batik tulis, batik *ecoprint*, berbagai produk dengan material anyaman pandan laut dan enceng gondok, pelepah pisang dan berbagai produk lainnya. PT Pandam Adiwastra Janaloka memiliki visi untuk menjadi salah satu ruang usaha yang dapat menjaga warisan dan budaya luhur serta menjaga kearifan lokal sekaligus menjaga kelestarian lingkungan, dan ikut turut serta dalam pemberdayaan, pendampingan, pendidikan, dan kesehatan bagi perempuan, ibu, dan anak. Misi dari PT Pandam Adiwastra Janaloka adalah untuk berperan aktif dalam pendampingan edukasi, pelatihan, serta menjaga warisan budaya yang berakar pada kearifan lokal serta membuat produk-produk kerajinan yang mengedepankan *eco-friendly* dan menggunakan sumber daya lokal yang bernilai seni tinggi dan dapat berdaya saing di pasar nasional maupun global.

Produk yang dijual oleh perusahaan meliputi produk berbahan dasar anyaman pandan, lilitan pandan, lilitan rotan, pelepah pisang, serta kain yang menggunakan pewarna alam, batik tulis dan batik *eco-print*. Pada proses produksinya, PT Pandam Adiwastra Janaloka memiliki beberapa strategi produksi. Strategi produksi yang digunakan oleh PT Pandam Adiwastra Janaloka adalah *Make to Stock* yang dimana pelanggan dapat membeli produk yang telah selesai diproduksi dan *Make to Order* dimana pelanggan dapat melakukan kustomisasi produk yang diinginkan.

Wawancara yang dilakukan dengan beberapa pihak *stakeholders* yang diantaranya dengan bagian pengadaan dan produksi, pemasaran serta pengendalian kualitas dari PT Pandam Adiwastra Janaloka. PT Pandam Adiwastra Janaloka memiliki permasalahan yang cukup beragam. Setelah melakukan wawancara dengan bagian Produksi, masalah yang timbul adalah material yang digunakan untuk beberapa *family* produk kerajinan anyaman dari daun pandan laut sudah mulai sulit didapat karena para petani lebih memilih untuk menanam produk lain. Bagian kontrol kualitas memiliki permasalahan kurangnya minat masyarakat terhadap produk kerajinan ramah lingkungan. Sedangkan dari bagian pemasaran dan yang masih menjadi masalah utama hingga sekarang adalah target penjualan

dari PT Pandam Adiwastra Janaloka belum tercapai dimana target penjualan dari perusahaan adalah Rp. 10.000.000,00,-. Sedangkan dari pihak *Manager* perusahaan juga mengatakan hal yang sama dimana nilai penjualan belum mencapai target yang telah ditetapkan. PT Pandam Adiwastra Janaloka telah melakukan perombakan struktur organisasi di bulan Desember sehingga perusahaan tidak memiliki penjualan dari bulan Desember hingga bulan Mei. Langkah awal yang dilakukan oleh PT Pandam Adiwastra Janaloka adalah perusahaan mengungkapkan keinginannya untuk memasarkan produk dari serat alam yang proses produksinya menggunakan bahan baku ramah lingkungan yang *sustainable* sehingga dibutuhkan strategi dan teknik promosi yang mumpuni untuk menggapai target pasar dari PT Pandam Adiwastra Janaloka untuk mendukung keberlanjutan dari PT Pandam Adiwastra Janaloka.

1.2. Pemetaan Masalah

Pemetaan masalah menggunakan bantuan *tools* yaitu *Eishenower Matrix* dapat dilihat pada gambar 1.1.

	<i>Urgent</i>	<i>Not Urgent</i>
<i>Important</i>	Belum Tercapainya target penjualan PT Pandam Adiwastra Janaloka	Pemasok bahan baku yang mulai langka
<i>Not Important</i>	Jumlah pekerja di bidang seni tradisi yang terbatas	Persaingan dengan kompetitor produk sejenis namun dengan material yang berbeda

Gambar 1.1. Eisenhower Matrix Permasalahan di PT Pandam Adiwastra Janaloka



Gambar 1.2. Data Penjualan

Hasil wawancara dengan berbagai *stakeholders*, salah satu permasalahan yang muncul adalah sulitnya untuk mengadakan bahan baku yang dalam hal ini adalah bahan baku yang berbahan dasar daun pandan laut. Permasalahan bahan baku ini tidak menjadi masalah yang *urgent*. Hal ini disebabkan untuk penjualan pada perusahaan dapat melakukan subsidi silang produk pandan dari produk lainnya yaitu produk berbahan dasar kain seperti batik tulis. Permasalahan yang muncul selanjutnya adalah jumlah pekerja yang terbatas serta sulitnya melakukan generasi pekerja dimana pekerjaan di bidang kerajinan dianggap tidak dapat memenuhi kebutuhan pokok. Hal ini tidak menjadi masalah yang penting namun *urgent* disebabkan untuk pekerja yang terbatas merupakan pekerja di *family* produk kerajinan anyaman yang permintaannya rendah dan masih dapat mencukupi permintaan. Permasalahan lainnya yang timbul adalah persaingan dengan produk sejenis dengan material berbeda yang membuat harga produk kompetitor lebih bersaing dari produk yang dijual oleh PT Pandam Adiwastra Janaloka. Hal ini tidak menjadi permasalahan yang *urgent* dan penting disebabkan untuk perusahaan memiliki target pasar yang berbeda. Permasalahan yang memiliki tingkat urgensi serta kepentingan paling tinggi adalah belum tercapainya target penjualan dari PT Pandam Adiwastra Janaloka.

Nilai penjualan di bulan September memiliki perbedaan yang sangat signifikan dari yang lain disebabkan oleh penjualan pada bulan September 2023 tidak hanya dilakukan di *showroom* saja melainkan PT Pandam Adiwastra Janaloka juga mengikuti pameran pada acara *Islamic Fashion Festival* yang dilaksanakan pada

23-24 September 2023 di Hotel Royal Ambarrukmo sehingga data penjualan bulan September 2023 tidak digunakan. Dengan adanya perombakan pada struktur organisasi PT Pandam Adiwastara Janaloka, hal ini mengakibatkan tidak adanya penjualan dari Bulan Desember 2023 hingga Bulan Mei 2024.

Target penjualan yang saat ini masih belum dapat dicapai. Berdasarkan hasil diskusi dengan pihak perusahaan, perusahaan ingin meningkatkan penjualan sebesar 5% dari rata-rata penjualan yang telah dilakukan.

1.3. Rumusan Masalah

Setelah melakukan pemetaan masalah, masalah yang paling berpengaruh dalam kegiatan di PT Pandam Adiwastara Janaloka yang memiliki urgensi paling tinggi adalah belum tercapainya target penjualan dari PT Pandam Adiwastara Janaloka.

1.4. Tujuan

Tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk menentukan strategi yang sesuai dan meningkatkan penjualan PT Pandam Adiwastara Janaloka dibandingkan dengan nilai penjualan rata-rata dari bulan Juli 2023 hingga Oktober 2023 dan Juni 2024 (Rp. 7.355.000,00,-) selama masa implementasi yaitu 1 minggu sebesar 5% atau Rp. 367.750,00,-

1.5. Batasan

Data penjualan yang diambil hanya dari bulan Juli 2023 hingga bulan Oktober 2023 karena pencatatan penjualan baru dilakukan pada bulan Juli 2023. Setelah bulan Oktober 2023, perusahaan tidak menjual produk. Hal ini disebabkan oleh penggantian manajemen perusahaan. Perusahaan baru kembali menjual produk pada bulan Juni 2024. Perusahaan juga tidak bersedia untuk menambah pekerja dengan alasan finansial. Perusahaan tidak bersedia untuk memindahkan lokasi *showroom*.