

STUDI PENJUALAN MEBEL JATI

(Studi Kasus di PT Alis Jaya Ciptatama, Ceper, Klaten, Jawa Tengah)

Oleh:

ISRAR ARDIANSYAH

89/73863/KT/02814

INTISARI

Indonesia akan memasuki era perdagangan bebas ASEAN (AFTA) pada tahun 2003 dan Asia Pasifik (APEC) tahun 2020. Dengan pelaksanaan AFTA dan APEC tersebut, maka industri di Indonesia, termasuk industri pengolahan kayu, akan menghadapi sejumlah pesaing internasional.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penjualan mebel Jati dan mengidentifikasi faktor-faktor pendukung penjualan mebel Jati. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan teknik studi kasus. Lokasi penelitian ini adalah PT Alis Jaya Ciptatama (PT AJC), Ceper, Klaten, Jawa Tengah, yang memproduksi mebel Mahoni, aksesoris, dan mebel Jati.

Penjualan seluruh produk PT Alis Jaya Ciptatama pada kurun 1997-1999 mencapai US \$ 10.206.196,22. Pada kurun yang sama, mebel Jati PT Alis Jaya Ciptatama terjual senilai US \$ 5.970.874,74 (58,502%), terdiri dari penjualan ekspor (99,583%) dan penjualan lokal (0,417%).

Di antara sepuluh negara tujuan ekspor mebel Jati PT Alis Jaya Ciptatama pada kurun 1997-1999, Amerika Serikat merupakan negara tujuan ekspor dengan nilai dan persentase tertinggi (US \$ 4.683.234,60 dan 78,435%). Dari 32 pembeli mebel Jati PT Alis Jaya Ciptatama pada 1997-1999, ada tujuh pembeli utama yang secara gabungan mencatatkan pembelian senilai US \$ 5.835.308,79 atau 97,7295% dari penjualan total mebel Jati.

Faktor produksi pendukung penjualan mebel Jati PT Alis Jaya Ciptatama adalah pemeriksaan mutu produksi, tingkat pendidikan karyawan, pengalaman kerja karyawan, dan produktivitas karyawan. Faktor pemasaran pendukung penjualan mebel Jati adalah penetapan harga jual mebel Jati PT Alis Jaya Ciptatama dalam Dollar AS, dan peranan konsultan pemasaran PT CBI (*Cooperative Business International*). Pemeriksaan mutu dilakukan empat tahap sesuai tahap produksi mebel Jati PT Alis Jaya Ciptatama. Penulis tidak dapat menghitung efisiensi bahan baku produksi mebel Jati karena proses produksi merupakan rahasia perusahaan. Tingkat produktivitas karyawan pada tahap pembuatan komponen kasar, komponen siap rakit, perakitan, dan penghalusan, berturut-turut 1,72 m³/orang/bulan, 1,07 m³/orang/bulan, 5,48 m³/orang/bulan dan 12,29 m³/orang/bulan. PT CBI memegang peranan besar bagi penjualan mebel Jati PT Alis Jaya Ciptatama, di mana 99,07% penjualan mebel Jati pada kurun 1997-1999 dibantu oleh PT CBI. PT Alis Jaya Ciptatama disarankan untuk mengembangkan pemasaran yang lebih mandiri agar lebih siap memasuki era perdagangan bebas.

A STUDY ON TEAK FURNITURE SALES
(Case Study of PT Alis Jaya Ciptatama, Ceper, Klaten, Central Java)

By:
ISRAR ARDIANSYAH
89/73863/KT/02814

ABSTRACT

Indonesia will enter the free trade era of ASEAN (AFTA) in 2003 and Asia Pacific (APEC) in 2020. By the commencing of AFTA and APEC, Indonesian industries, including woodworking industries, will face their international competitors.

This research was aimed to get information on Teak furniture sales and identifying the supporting factors. It is a descriptive research using case study technique. The research was taken place at PT Alis Jaya Ciptatama (PT AJC), Ceper, Klaten, Central Java, which produces Mahogany furniture, accessories, and Teak furniture.

The total value of PT Alis Jaya Ciptatama's product sales in 1997-1999 was US \$ 10.206.196,22. During the same period, the company's teak furniture made US \$ 5.970.874,74 (58,502%), consisted of export (99,583%) and local sales (0,417%).

Amongst ten PT Alis Jaya Ciptatama's Teak furniture export destination countries in 1997-1999, the USA recorded the highest value and percentage (US \$ 4.683.234,60 and 78,435%). There were seven main buyers amongst 32 company's Teak furniture buyers that collectively recorded US \$ 5.835.308,79 purchase value or 97,7295% of total Teak furniture sales.

The company's Teak furniture sales supporting production factors were product quality controls, workers' educational level, workers' experience, and workers' productivity. The supporting marketing factors were the company's policy to set Teak furniture's price in US Dollar, and the role of PT CBI (Cooperative Business International) as the company's marketing consultant. There were four steps of product quality controls, related to the number of Teak furniture production steps. The writer found difficulty to calculate Teak furniture production efficiency by the fact that the production process was the company's internal secret. Workers' productivity number at Mill 1, Mill 2, Assembling, and Sanding process were 1,72 m³/person/month, 1,07 m³/person/month, 5,48 m³/person/month and 12,29 m³/person/month respectively. It was found that PT CBI played a dominant role in the company's Teak furniture sales where 99,07% of Teak furniture sales in 1997-1999 were assisted by PT CBI. PT Alis Jaya Ciptatama is recommended to develop more independent marketing program to enter the free trade era.