BAB III

OBJEK PENELITIAN

3.1 Sejarah PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk

PT. HM Sampoerna Tbk, adalah salah satu produsen rokok terkemuka di Indonesia, masuk dalam jajaran perusahaan keluarga terbesar di dunia yang masih tetap berkiprah dari generasi ke generasi. Sejarah perusahaan ini tidak dapat dipisahkan dari keberadaan keluarga Sampoerna secara turun menurun. Kesuksesan diawali dari perintisan bisnis oleh Liem Seeng Tee, dilanjutkan kesuksesan Liem Swie Ling membangun pondasi bisnis yang kokoh, lalu kemudian diteruskan hingga kini oleh Putra Sampoerna dan putranya Michael Joseph Sampoerna.

Sejarah perusahaan ini dimulai jauh sebelum 1913 ketika seorang imigran asal cina Liem Seeng Tee beserta istrinya Siem Tjian Nio memulai usahanya dengan menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari seperti bahan pangan, rokok putih dan tembakau. Dalam menjalankan usaha menjual tembakau Liem Seeng Tee melakukan peracikan sendiri, dimana tembakau produksinya tersebut diberi cita rasa tertentu yang sesuai dengan selera konsumen pada waktu itu. Tembakau tersebut dibuat dengan dilinting sehingga menjadi rokok. Usahanya ini ternyata mendapat tanggapan yang cukup baik dari konsumen, sehingga banyaknya permintaan dari konsumen dan akhirnya terus berkembang.

Pada tahun 1913 Liem Seeng Tee, menjadikan usaha ini berbadan hukum, dimana badan hukum tersebut diberi nama Handel Maatschappy Liem Seeng Tee,

yang kemudian berubah namanya menjadi PT. Handel Maatschappy Sampoerna (HM Sampoerna). Usai Perang Dunia ke II, nama perusahaan tersebut di Indonesia-kan menjadi Hanjaya Mandala Sampoerna dengan tetap menonjolkan inisial H.M.

Kesempatan besar muncul pada tahun 1916, ketika Liem Seeng Tee membeli berbagai tembakau dalam jumlah besar dari seorang pedagang tembakau yang bangkrut bisnisnya. Sejak saat itu Liem Seeng Tee beserta istrinya Siem Tjian Nio, mencurahkan seluruh tenaga dan usahanya untuk bisnis tembakau.

Bisnis Tembakau ini muncul dengan produksi rokok yang pertama kali diberi nama “Dji Sam Soe” atau “234”. Nama Sampoerna tersebut diambil dengan pertimbangan bahwa tembakau yang dihasilkan merupakan tembakau terbaik atau *perfect* yang dalam bahasa Indonesia berarti sempurna. Pada tahun 1920 Liem Seeng Tee mulai menggunakan system keagenan dalam menyalurkan hasil produksinya, dimana hal ini dilakukan untuk memperluas pemasaranya ke seluruh pelosok tanah air.

Seiring dengan pertumbuhan industri rokok, Liem Swie Ling (Aga Sampoerna) putera kedua Liem Seeng Tee bersama-sama dengan kakaknya mendirikan PT. Hanjaya Mandala Sampoerna yang semula bernama PT. Perusahaan Dagang dan Industri Panamas berdasarkan akte no 69 tanggal 19 Oktober 1963 dibuat dihadapan Notaris Anwar Mahajudin di Surabaya dan telah disetujui oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia melalui surat keputusan No. 94 tanggal 24 November 1964.

Dibawah kepemimpinan Aga Sampoerna, Dji Sam Soe kembali berjaya sekitar tahun 1972 atau tepatnya Aga Sampoerna mengambil alih usaha ayahnya. PT. HM Sampoerna berhasil menjual rokok Dji Sam Soe per hari sebanyak 2,5 juta batang, yang memberikan keuntungan sekitar US $ 250.000 per bulan. Hasil penjualan ini merupakan angka yang cukup tinggi pada saat itu.

Pada tahun 1979, PT. HM Sampoerna mengeluarkan produk barunya yang bernama "Sampoerna Hijau". Produk ini merupakan tanda dari era kepemimpinan generasi kedua, sedangkan produk Dji Sam Soe merupakan tanda dari kepemimpinan pertama.

Pada tahun 1980, putera kedua Aga Sampoerna yaitu Putera Sampoerna mengambil alih manajemen PT. Handel Maatschappy Sampoerna dan Panamas. Dengan maksud untuk modernisasi dan ekspansi sehingga perusahaan yang dipimpin menjadi salah satu penghasil utama rokok kretek di Indonesia. Langkah yang dilakukan oleh putera Sampoerna untuk membesarkan PT. Sampoerna dengan membeli pabrik pembuatan sigaret kretek mesin milik Philip Moris yang berada di Malang Jawa Timur. Selang waktu empat tahun silam diadakan sistem keagenan yang kemudian dilanjutkan dengan pengembangan prasarana dan jaringan distribusi yang intensif. Keberhasilan Sigaret Mesin (SKM) juga merupakan wujud modernisasi dan ekspansi tersebut.

Pada tahun 1990 perusahaan mulai go publik dan langkah besar yang telah dilakukan oleh Putera Sampoerna juga dilakukan pada bidang-bidang usaha lainnya. Adapun kegiatan usaha perseroan dan anak perusahaan atau kelompok

perusahaan Sampoerna yang berada di bawah naungan PT. HM Sampoerna sebagai Holding Company dapat dibagi menjadi beberapa bidang usaha yaitu :

Tabel 3.1

Bidang Usaha dan Anak Perusahaan PT. HM Sampoerna Tbk

BAB II Nama Perusahaan	**Bidang Usaha**
PT. HM Sampoerna Tbk.	Cigarette Domestic Market
Sampoerna Internasional, Singapore PT. Sampoerna Joo Lan Sdn Bhd, Malaysia	Cigarette Internasional Market
Streling Tobacco Corporation, The Phillipine Vinasa Tobacco Corporation, Vietnam Bursa Myanmar Tobacco Corporation	Tobacco
PT. PANAMAS	Distribution
PT. Sumber Alfaria Trijaya	Trading
PT. Alfa Retalindo	Whole Sale & Retail
PT. Sampoerna Transport Nusantara	Transportation
PT. Sampoerna Percetakan Nusantara	Publication
PT. Sampoerna Food Products Nusantara	Food Industri
PT. Sampoerna Advertising Nusantara	Advertising
PT. Taman Dayu	Property

Sumber : *Supervisor Area Marketing* PT. HM Sampoerna Tbk.

Dalam tiga periode estafet kepemimpinan Sampoerna, masing-masing pemimpin perusahaan ini telah mengeluarkan brand yang cukup berkembang. Liem Seeng Tee mengeluarkan Dji Sam Soe, lalu Aga Sampoerna Memperkenalkan Sampoerna Hijau dan Terakhir Putera Sampoerna Mengeluarkan Brand A Mild.

Brand A Mild (Pelopor rokok rendah nikotin) sendiri mulai dikenalkan kepada masyarakat pada tahun 1997, sebagai produk yang inovatif dan selalu memenuhi keinginan konsumen dan juga inovatif dalam meluncurkan sebuah produk yang variant dengan memiliki kadar dan nikotin yang rendah. Meskipun saat ini perusahaan-perusahaan competitor menciptakan variant tersebut, dengan berbagai macam merk yang sama persis dengan produk A Mild (yang ditiru nama "Mild"). Sedangkan target dikeluarkannya produk rokok A Mild adalah anak muda dan dewasa yang dinamis mulai dari umur 19-35. A Mild sendiri mempunyai motto 3B yaitu "Bukan Basa Basi".

Brand Avolution pertama kali hadir dan *launching* pada Febuary 2008 di Jakarta dan beberapa kota besar. Rokok ini mempunyai ciri khas tersendiri dibanding merk rokok lainnya yaitu Avolution adalah rokok super slim kretek pertama di dunia dengan kandungan tar dan nikotin yang rendah (*low tar low nicotine*), memiliki rasa yang *smooth* dan kemasan yang *square* atau *exclusive.* Avolution hadir sebagai salah satu anggota "*Brand* A *Family*" yang telah ada sebelumnya yaitu *A mild.*

Sampoerna mengeluarkan beberapa brand seperti A King, Dji Sam Soe Filter, Dji Sam Soe tube, Dji Sam Soe Premium, Sampoerna Eksklusif , U Mild

dan yang paling terbaru adalah Dji Sam Soe Crocodille. Dalam perjalanannya Sampoerna pernah juga mengeluarkan brand yang kemudian tidak diproduksi lagi seperti A Medium.

3.2 Visi dan Misi PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk

3.2.1 Visi PT. HM Sampoerna Tbk

Visi kami, terkandung dalam "Falsafah Tiga Tangan". Falsafah tersebut mengambil gambaran mengenai lingkungan usaha dan peranan Sampoerna di dalamnya. Masing-masing dari ketiga "Tangan", yang mewakili perokok dewasa, karyawan dan mitra bisnis, serta masyarakat luas, merupakan pihak yang harus dirangkul oleh Sampoerna untuk meraih visi menjadi perusahaan paling terkemuka di Indonesia.

3.2.2 Misi PT. HM Sampoerna Tbk

Misi kami adalah menawarkan pengalaman merokok terbaik kepada perokok dewasa di Indonesia. Hal ini kami lakukan dengan senantiasa mencari tahu keinginan konsumen, dan memberikan produk yang dapat memenuhi harapan mereka. Kami bangga atas reputasi yang kami raih dalam hal kualitas, inovasi dan keunggulan.

3.3 Lambang dan Logo PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk

3.3.1 Lambang PT. HM Sampoerna Tbk

Lambang Perusahaan : Lambang ini mewakili perusahaan dan harus dipergunakan untuk keperluan dimana PT. HM Sampoerna Tbk harus tampil secara resmi.

Gambar 3.1

Lambang PT. HM Sampoerna Tbk

Sumber : www.sampoerna.com

3.3.2 Logo PT. HM Sampoerna Tbk

Logo Perusahaan : Logo ini memberikan identitas terhadap produk-produk yang dihasilkan PT. HM Sampoerna Tbk. Logo ini memiliki konsep "Anggarda Paramitha", yang memiliki arti menuju kesempurnaan dan kemakmuran bagi tiga komponen penting yaitu :

1. Penjual / Produsen
2. Penjual, dan
3. Pembeli

Dalam arti semua komponen tersebut mengalami keuntungan.

Gambar 3.2

Logo PT. HM Sampoerna Tbk (Anggarda Paramitha)

Sumber : www.sampoerna.com

3.3.3 Logo Tiga Tangan

Sebuah perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial dan pemimpin dalam industri yang memandang cakrawala peluang bisnis yang lebih luas ke masa depan.

Gambar 3.3

Logo Tiga Tangan



Sumber : www.sampoerna.com

Logo tiga tangan mencerminkan falsafah pendiri Sampoerna, bahwa sukses akan dicapai bila ketiga pihak, yakni produsen, pedagang dan konsumen mendapat keuntungan dari produknya.

3.4 Stuktur Organisasi PT. HM Sampoerna Tbk

Bentuk struktur organisasi yang digunakan oleh PT. HM Sampoerna Tbk termasuk pada bentuk strukturorganisasi garis (*Line Organization Structure).* Struktur Organisasi Garis yaitu organisasi yang wewenang atasan langsung ditujukan kepada bawahan, karena bawahan bertanggung jawab langsung kepada atasannya dan adanya suatu perintah. Berikut ini adalah masing-masing bagian yang terdapat dalam struktur organisasi PT. HM sampoerna Tbk sebagai berikut :

A. RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham)

Rapat umum pemegang saham berada paling atas struktur organisasi perusahaan, yang biasanya diadakan setiap setahun sekali pada akhir juni. Didalam rapat tersebut Direksi berkewajiban memberikan laporan perihal jalannya perusahaan dari tata usaha keuangan dari tahun buku yang lalu yang harus ditentukan dan disetujui, dan juga dalam RUPS ini dilakukan penunjukan akuntan publik yang terdaftar.

B. Dewan Komisaris

Dewan Komisaris terdiri dari seorang Presiden Komisaris dan dua orang anggota komisaris. Tugas utama dari Dewan Komisaris yaitu mempunyai wewenang untuk memberhentikan Direksi Apabila terdapat suatu tibdakan dari direksi yang bertentangan dengan anggaran dasar dan tujuan dari perusahaan.

C. Direksi

Direksi terdiri dari Presiden Direktur dan 2 orang direktur yang secara bersama-sama mempunyai hak dan wewenang mewakili dan bertindak atas nama Direksi.

1. **Presiden Direktur,** tugasnya :
   a) Mengendalikan seluruh kegiatan perusahaan.
   b) Mengkoordinasikan seluruh kegiatan perusahaan.
   c) Mengawasi pelaksanaan seluruh kegiatan perusahaan.
   d) Bertanggung jawab kepada direksi dan manajemen.

2. **Direktur**, Tugasnya :

   a) Mengendalikan seluruh kegiatan pada setiap unit yang menjadi tanggung jawab dan kewenangnya.

   b) Bertanggung jawab kepada Presiden Direktur dan Manajemen

   c) Mengatur manajemen dibawahnya.

   d) Mengawasi seluruh kegiatan perusahaan.

D. Direktur Pelaksana (CEO)

Tugas Direktur Pelaksana yaitu :

1. Mengkoordinir seluruh kegiatan perusahaan termasuk sumber daya manusia (SDM), Administrasi, pemasaran, manufacturing, litbang dan keuangan.
2. Memberikan pengarahan dan petunjuk kepada para pelaksana dan mengawasi keseimbangan antara wewnang dan tanggung jawab serta memastikan bahwa prosedur kerja di dalam perusahaan berjalan lancar.

E. Divisi Sumber Daya Manusia

Divisi ini terdiri dari bagian Personalia, Rencana Pengembangan dan Kesejahteraan.

1. Personalia

   Bagian ini bertugas melaksanakan system pengolaan dan pemeliharaan administrasi kepegawaian serta melaksanakan dan memenuhi perijinan dan peraturan yang berkaitan dengan ketenagakerjaan maupun hukum yang mengatur mengenai pengelolaan perusahaan.

2. Rencana Pengembangan

   Bagian ini bertugas menyediakan system rekrutmen dan seleksi tenaga kerja bagi perusahaan, menyediakan system pelatihan dan pengembangan SDM dan menyediakan system evaluasi terhadap SDM.

3. Kesejahteraan

   Bagian ini bertugas menyediakan system pemberian tunjangan yang sesuai dengan karyawan.

F. Divisi Administrasi

Divisi ini terdiri dari Bagian Umum, Hukum, dan Hubungan Masyarakat.

1. Umum

   Bagian ini bertugas menyelesaikan pendokumentasian atas dokumen-dokumen penting perusahaan serta penyusunan daftar hadir.

2. Hukum

   Bagian ini bertugas membuat serta mengontrol terhadap pelaksanaan hukum yan berlaku di perusahaan.

3. Hubungan Masyarakat (Humas)

   Bagian ini bertugas memberikan keterangan mengenai perusahaan pada masyarakat.

G. Bagian Pemasaran

Bagian pemasaran bertugas menganalisa pemasaran, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian hasil produksi sampai ketangan konsumen. Divisi ini terdiri dari penelitian pasar, pengendalian merk, pemasaran lapangan, koordinasi penjualan.

1. Penelitian Pasar

   Bagian ini bertugas mengawasi serta meneliti kondisi pasar perusahaan, meneliti perubahan segmen pasar yang dikuasai, perubahan selera konsumen, tingkat persaingan dan juga meneliti apakah terdapat peluang baru di pasar yang dapat dimanfaatkan perusahaan.

2. Pengendalian Merk

   Bagian ini bertugas mengembangkan merk-merk dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan dengan memberikan citra atau image pada produk yang membedakan produk perusahaan dengan produk sejenis yang beredar di pasaran dan bertugas juga dalam hal positioning produk di pasar.

3. Pemasaran Lapangan

   Bagianini bertugas mendistribusikan produk yang dihasilkan oleh perusahaan ke seluruh Indonesia, mulai dari pemasaran regional. Para agen (reseller), retail, pedagang kakilima sampai ke konsumen akhir.

4. Koordinasi Pejualan/Transportasi

   Bagian ini terdiri dari lima jaringan regional yang menjangkau seluruh Indonesia. Melalui jaringan ini perusahaan memiliki kemampuan untuk menyalurkan produknya kemana pun di Indonesia. Pengangkutan dilakukan oleh armada-armada yang dikelolaoleh perusahaan.

H. Divisi Manufacturing

Divisi ini terdiri dari bagian Bahan Baku, Produksi, Engineering.

1. Bahan Baku

Bagian ini bertugas menyediakan dan mengontrol bahan baku yang akan diproses sehingga menghasilkan produk yang diinginkan.

2. Pencampuran

   Bagian ini bertugas mengontrol atas produk yang bsedang diracik sampai produk tersebut selesai

3. Produksi

   Bagian ini bertugas :

   a) Mengecek ulang *Process Sheet* apakah sudah selesai atau tidak dan menghindar kejanggalan.
   b) Memperbaiki jadwal kerja harian berdasarkan laporan hasil proses yang masuk.
   c) Membuat laporan *Finished Product* lengkap dengan keterangannya dan mendistribusikan kepada *Delivery Departement* untuk dibuatkan *List Finished* produknya.
   d) Mendata ulang setiap proses yang sudah selesai supaya dapat terdeteksi mengenai proses produksi yang sudah selesai.

4. *Engineering*

   Bagian ini bertugas memeriksa setiap saat pada waktu-waktu tertentu terhadap mesin-mesin proses pengolahan sehingga dapat mengetahui adanya kejanggalan mesin bekerja.

I. Divisi Litbang (Penelitian dan Pengembangan)

Divisi ini terdiri dari bagian Laboratorium, Pengembangan Produk, Pengontrolan mutu dan penelitian dasar.

1. Laboratorium

   Bagia ini bertugas meneliti bahan baku yang akan siap dijadikan produk sehingga mutu yang dihasilkan menjadi baik.

2. Pengembangan Produk

   Bagian ini bertugas mengembangkan produk sesuai dengan inovasi-inovasi baru, sehingga dapat bersaing dengan kompetitor lainnya.

3. Pengontrolan Mutu

   Bagianini bertugas mengontrol kualitas produk yang dihasilkan sehingga produk akan siap dipasarkan.

4. Penelitian Pasar

   Bagian ini bertugas meneliti produk yang sudah jadi agar produktersebut tiodak mengealami masalah dan setelah itu produk tersebut bias dipasarkan.

J. Divisi Keuangan

Divisi ini terdiri dari bagian Bendahara, Akuntansi dan EDP.

1. Bagian Bendahara, tugasnya :
   a. Melakukan pengisian budget berdasarkan rencana yang telah ada.
   b. Mengisi dana yang telah mencapai batas minimal.
   c. Mengontrol budget yang keluar untuk kepentingan eksternal dan internal perusahaan.
   d. Menerima dokumen yang berisi instruksi pembayaran (Supporting Dokumen)

e. Pelunasan *Account Receivable* (Menerima tanda terima dari accounting)

f. Revisi budget (Mengetahui adanya perubahan)

2. Bagian Akuntansi, tugasnya :

a. Pembuatan laporan budget dan aktualisasi

b. Pembuatan *Cash Flow* (Menerima data forecast penerimaan dana dan pengeluarannya)

c. Pembuatan hutang bank dan pelunasannya (melakukan pengecekan *interest rate)*

d. Menerima dokumen yang berisi instruksi pembayaran (Supporting Dokumen)

e. Penetapan batas pengeluaran dana untuk kas bedar dan kas kecil (menganalisa historical mengenai pengeluaran dana secara kas)

f. Revisi budget (mengenai adanya perubahan)

3. EDP

Bagian ini bertugas memproses data-data yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan, mulai dari menginput data baru, mengolah dan meyeleksi data yang sudah ada.

3.4.1 Struktur Organisasi PT. HM Sampoerna Tbk Divisi Marketing Field Area Bandung

Berikut ini adalah Job Description dari masing-masing bagian yang terdapat pada struktur organisasi PT. HM Sampoerna Tbk Divisi Marketing Field Area Bandung, sebagai berikut :

A. Regional Manager Marketing (RMM)

Tugas wewenang dan tanggung jawabnya :

1. Melaksanakan fungsi pimpinan sesuai dengan kebijaksanaan yang telah digariskan
2. Mengkoordinir dan mengawasi seluruh aktifitas perusahaan
3. Mempelajari dan menganalisa semua laporan yang diterima
4. Melakukan tindakan-tindakan perbaikan demi perkembangan dan kemajuan perusahaan
5. Mengusahakan dan mengadakan pengarahan untuk terlaksananya kerjasama yang baik di dalam lingkungan perusahaan
6. Bertanggung jawab atas kelancaran pelaksanaan seluruh aktifitas di perusahaan
7. Bertanggung jawab atas terlaksananya usaha peningkatan efisiensi dan pengembangan aktifitas perusahaan
8. Sebagai pengelola data hasil riset pasar yaitu untuk memprediksi reaksi pasar

9. Mengawasi dan bertanggung jawab atas daerah regional yang terdiri dari 4 kota yaitu Bandung, Tasikmalaya, Sukabumi dan Purwokerto

B. Regional Marketing Coordinator (RMC)

Tugas wewenang dan tanggung jawabnya :

1. Sebagai *source of data* atau informasi yang diperoleh dari masing-masing koodinator wilayah
2. Sebagai konsultan untuk program-program operasional marketing
3. Membuat program-program operasional field officer apabila mereka mempunyai kekurangan dalam mekanisme lapangan
4. Membuat *tracking budget* dan evluasi program
5. Mengikuti kegiatan usaha pemasaran dan promosi

C. Area Marketing Manager (AMM)

Tugas wewenang dan tanggung jawabnya :

1. Bertugas sebagai pengawas disetiap wilayah
2. Mengawasi keseluruhan aktifitas perusahaan
3. Tugas-tugas khusus lainnya dari Regional Manager Marketing (RMM)

D. KLRC I (Bendahara I)

Tugas wewenang dan tanggung jawabnya :

1. Sebagai bendahara yang mengurusi keuangan diatas ratusan juta rupiah dan milyaran atau nominal besar

2. Menyelenggarakan administrasi keuangan secara teratur, tepat dan up to date sesuai dengan system dan prosedur yang ditetapkan
3. Membuat laporan keuangan dan administrasi lainnya secara teratur dan kontinyu
4. Tugas-tugas khusus lainnya dari pimpinan

E. KLRC II (Bendahara II)

Tugas wewenang dan tanggung jawabnya :

1. Bertugas sebagi bendahara yang mengurusi hasil rekapitulasi biaya harian seperti belanja ATK, bensin kendaraan dan lainnya
2. Membuat laporan kas harian untuk mengikhtisarkan penerimaan dan pengeluaran kas pada setiap hari berikutnya
3. Meneliti setiap permintaan penegluaran uang, apakah telah disetujui oleh pejabat yang berwenang
4. Tugas-tugas khusus lainnya dari pimpinan

F. Field Officer (FO)

Tugas wewenang dan tanggung jawabnya :

1. Petugas Lapangan divisi marketing yaitu mensurvey keadaan di lapangan tentang penilaian masyarakat terhadap perusahaan
2. Tugas-tugas khusus lainnya dari pimpinan

I. Administrasi

Tugas wewenang dan tanggung jawabnya :

1. Mencatat pemasukan dan pengeluaran mengenai alat tukis, komputer untuk operasional
2. Bertanggung jawab atas terselenggaranya administrasi perusahaan yang baik
3. Bertanggung jawab atas pemeliharaan saran perusahaan
4. Tugas-tugas lainnya dari pimpinan

G. Gudang

Tugas wewenang dan tanggung jawabnya :

1. Mengawasi gudang tempat menyimpan perlengkapan untuk kegiatan promosi
2. Membuat laporan persediaan barang di gudang sesuai dengan prosedur yang ditetapkan
3. Bertanggung jawab atas keamanan penyimpanan barang di gudang
4. Tugas-tugas lainnya dari pimpinan

3.6 Kegiatan Perusahaan

Berbagai kegiatan perusahaan terdiri dari kegiatan produksi, hasil produksi, daerah pemasarannya dan kondisi tenaga kerja.

a. **Kegiatan Produksi**

Perusahaan melakukan sendiri proses pembelian, pengeringan dan pemeliharaan tembakau dan cengkeh. Pencampuran tembakau dilakukan pada masing-masing lokasi. Perusahaan juga mempunyai laboratorium yang mengawasi proses pencampuran untuk menjamin mutu produk. Rokok kretek tangan digulung dan dibungkus oleh tenaga-tenaga terampil sedangkan untuk rokok kretek mesin penggulungan dan pembungkusan dilakukan oleh mesin-mesin secara otomatis. Pada umumnya campuranpada rokok kretek terdiri dari 30% cengkeh dan 70% campuran tembakau. Namun demikian rasio yang pasti dari komposisi ini bervariasi dan sangat tergantung pada formula yang dikehendaki.

b. Hasil Produksi

Produk-produk yang dihasilkan oleh PT. HM Sampoerna Tbk dapat digolongkan dalam 3 macam produk, yaitu :

1. Sigaret Tangan Kretek (SKT)

   Bahan baku utama yang digunakan untuk memproduksi Sigaret Kretek Tangan(SKT) yaitu tembakau Jawa, cengkeh dan saus,tetapi tidak menggunakan filter. Yang termasuk kedalam kategori ini adalah :

   a. Dji Sam Soe

Kualitas atau keunggulan dari rokok ini yaitu terbuat dari tembakau dan cengkeh pilihan dengan kualitas terbaik, kadar saus rendah, aroma dan kepuasan rasa yang tinggi dan dikerjakan olehtangan-tangan terampil dengan standar kualitas produksi yang sangat tinggi. Adapun image dari produk rokok Dji Sam Soe ini adalah melambangkan keberhasilan, mencerminkan keintanan pada Indonesia dengan adat istiadatnya dan mencerminkan sosok atau figure kebapaan.

b. Dji Sam Soe Premium
c. Sampoerna Hijau
d. Sampoerna Pas

2. Sigaret Kretek Mesin (SKM)

Bahan baku utama yang digunakan untuk memproduksi sigaret kretek mesin (SKM), yaitu tembakau jawa, cengkeh dan filter. Yang termauk kedalam sigaret kretek mesin adalah :

a. Sampoerna A mild

Kualitas dari produk rokok ini adalah sebagai rokok pertama di Indonesia yang *Low Tar Low Nikotine* yaitu rokok yang paling rendah kadar nikotinnya, rokok premium dengan kualitas produk premium dan merupakan perpaduan kelembutan dan kemantapan rasa. Rokok ini juga menggambarkan sosok yang aktif, dinamis, sporty, suka bersosialisasi, modern, terndi, kosmopolitan dan menyukai entertaiment.

b. Sampoerna A Mild Menthol
c. Sampoerna Avolution
d. Sampoerna A Flava
e. U Mild
f. Dji Sam Soe Filter

3. Sigaret Putih Mesin (SPM)

   Bahan baku utama yang digunakan untuk memproduksi Sigaret Putih Mesin (SPM) yaitu tembakau Virginia, filter dan tidak menggunakan cengkeh. Contoh merk rokok yang termasuk dalam sigaret putih mesin adalah rokok Marlboro.

c. Daerah Pemasaran

Daerah pemasaran untuk produk-produk PT. HM Sampoerna Tbk dibagi menjadi 5 regional, yaitu :

1. Regional Jawa I dengan pusat dikota bandung, meliputi 7 cabang yaitu Bandung, Sukabumi, Tasikmalaya, Cirebon, Purwokerto, Semarang, Yogyakarta.
2. Regional Jawa II dengan pusat di kota Surabaya, meliputi 8 cabang yaitu Surabaya, Madiun, Pamekasan, Malang, Jember, Denpasar, Banjarmasin dan Samarinda.
3. Regional Medan dengan pusat di kota Medan, meliputi 6 cabang, yaitu Banda Aceh, Loukseumawe, Medan, Padang Sidempun, padang dan Pekanbaru

4. Regional Jakarta dengan pusat di kota Jakarta, meliputi 10 cabang, yaitu Jakarta I, Jakarta II, Jakarta III, Jakarta IV, Serang, Jambi, Palembang, Bengkulu, Lampung dan pontianak.
5. Regional IndonesiaTimur dengan pusat kota Ujung Pandang, meliputi 3 cabang, yaitu Ujung pandang, Manado, Ambon

Tonggak utama PT. HM Sampoerna Ybk adalah jaringan distribusinya, yang dapat dibanggakan karena memperkerjakan lebih dari 3000 orang yang ditunjang dengan fasilitas lebih dari 600 van dan lebih dari 1500 sepeda motor yang beroperasi diseluruh Nusantara melalui 35 cabang utama dan 84 cabang pembantu.

d. Kondisi Tenaga Kerja

Melalui berbagai program pelatihan, pengembangan, pengasuhan, pemeliharan dan pelayanan kesejahteraan bagiseluruh karyawaannya, karyawan yang tergabung dalam PT. HM Sampoerna Tbk berjumlah kurang lebih 16.422, yang terdiri dari :

a. Manajemen Puncak 5 orang
b. Manajemen atas 16 orang
c. Manajemen madya 72 orang
d. Manajemen Kantor 450 orang
e. Karyawan produksi, processing dan pemasaran 15.876 orang

Jumlah yang besar pada bagian produksi, *processing* dan pemasaran karena perusahaan padat karya yang memproduksi Sigaret Kretek Tangan (SKT). Sedangkan untuk kondisi karyawan pada PT. HM Sampoerna Tbk Divisi

Marketing Field Area Bandung terdiri dari 30 orang, yang terdiri dari 26 orang pria dan 4 orang wanita.

3.7 Program *Direct Selling Team Avolution Special Edition Pack*

PT.HM Sampoerna adalah pelopor rokok *low tar low nicotine* (LTLN). Diantara rokok-rokok yang diproduksi oleh PT.HM Sampoerna, Avolution adalah salah satunya. Avolution pertama kali hadir dan *launching* pada Febuary 2008 di Jakarta. Rokok ini mempunyai ciri khas tersendiri dibanding merk rokok lainnya yaitu Avolution adalah rokok super slim kretek pertama di dunia dengan kandungan tar dan nikotin yang rendah (*low tar low nicotine*), memiliki rasa yang *smooth* dan kemasan yang *square* atau *exclusive.* Avolution hadir sebagai salah satu anggota "*Brand* A *Family*" yang telah ada sebelumnya yaitu *A mild.* Target pasar dari merek rokok Avolution ini adalah pria aktif dan dinamis, *modern, metrostylos, trendstters,* s*porty, self motivated lifestyle* dan menyukai *entertainment, trendy* dan gaul, sesuai dengan segmentasi target berusia 18-35 tahun (perokok dewasa).

Avolution *Special Edition Pack launching* dan di pasarkan pada tanggal 22 september sampai dengan 31 Desember diseluruh kota besar di seluruh Indonesia, termasuk Bandung. Avolution *Special Edition Pack* hanya dapat dijumpai dan dibeli di outlet yang sudah ada kerjasama dengan PT. HM Sampoerna seperti "*Circle K*", dan Avolution *Special Edition Pack* dapat di beli di tim *Direct Selling Team* (DST) yang terdiri dari dua *team*. Dimana

setiap *team* memiliki jumlah personil empat orang, yang terdiri dari satu orang *Team Leader* (Pria), dan Tiga orang *Brand Ambassador* (Wanita).

”Avolution *Special Edition Pack*”, hadir dan mempunyai tujuan untuk memberikan *refresh* dari kemasan Avolution *pack* biasa, memberikan daya tarik tersendiri dengan kemasan yang *square* dan *packaging* yang di kemas secara *exclusive* dan bersifat *limited edition* dan terbatas, serta bertujuan untuk meningkatkan *Brand Image A Family* di kalangan konsumennya dan pecinta rokok. .

3.8 Tujuan Program *Direct Selling Team Avolution Special Edition Pack*

Setiap kegiatan atau aktifitas yang dilakukan baik oleh perorangan maupun oleh kelompok atau organisasi selalu mempunyai tujuan. Tujuan perlu ditetapkan sebelumnya agar setiap aktifitas program marketing yang dilakukan perusahaan tidak keluar dari perencanaan pemasaran. Begitu pula dengan PT. HM Sampoerna Tbk yang melakukan program *Direct Selling Team Avolution Special Edition* mempunyai suatu tujuan yang ingin dicapai. Adapun tujuan program *Direct Selling Team Avolution Special Edition* yang dilakukan oleh PT. HM Sampoerna Tbk tersebut dilihat dari segi konsumen maupun dari segi perusahaan yaitu:

a. Bagi Perusahaan :

1. Untuk meningkatkan penjualan atau sales

   Tujuan ini merupakan tujuan utama yang dimaksudkan untuk mencapai target penjualan yang telah ditentukan semula. Dengan pelaksanaan *Direct Selling Team Avolution Special Edition* ini

diharapkan penjualan rokok Sampoerna, khususnya Avolution *Special Edition* dan citra *Brand A Family* meningkat.

2. Untuk mempertahankan keberadaan atau eksistensi citra perusahaan (*Brand A Family*)

   Tujuan ini dimaksudkan untuk membangun dan meningkatkan citra merk perusahaan yang dimaksud disini adalah citra *Brand A Family*.

3. Untuk melakukan pendekatan kepada konsumen

   Tujuan ini mewujudkan dengan melakukan pendekatan kepada konsumen dengan maksud mempertahankan konsumen yang sudah ada atau dengan kata lain mempertahankan loyalitas konsumen agar tidak berpaling ke *merk* yang lain dan mencari dengan tujuan mencari konsumen baru atau dengan kata lain, merebut *market share* konsumen perokok kompetitor.

b. Bagi Konsumen :

1. Untuk mendapatkan informasi mengenai produk yang sesuai dengan konsumen.

   Tujuan ini dimaksudkan agar konsumen lebih mengenal produk perusahaan dan kualitas dari produk perusahaan yang ditawarkan sehingga konsumen dapat memilih sesuai dengan kebutuhannya.

2. Untuk dapat perbandingan antara produk yang satu dengan produk yang lainnya (kompetitor) apabila ada beberapa barang yang sejenis.

Tujuan ini dimaksudkan agar konsumen dapat membandingkan produk yang ditawarkan dengan produk lain yang sejenis, yang bias dilihat dari harga, kualitas maupun jenis merknya.

3. Untuk dapat lebih mengenalkan produk perusahaan kepada konsumen.

   Tujuan ini dimaksudkan agar konsumen lebih mengenal produk yang ditawarkan selain dari pemberitaan di media atau televisi.

4. Untuk meningkatkan *Awareness* atau kesadaran akan suatu merk

   Melalui *Direct Selling Team Avolution Special Edition* ini diharapkan konsumen akan lebih mengenal dan mengetahui suatu brand (*Avolution Special Edition)* atau produk-produk *A Family* akan selalu ada dalam benaknya sehingga dapat loyal terhadap perusahaan.

3.9 Brand A Family

PT. HM Sampoerna dan afiliasinya memproduksi, memasarkan dan mendistribusikan rokok di Indonesia, yang meliputi sigaret kretek tangan, sigaret kretek mesin, dan rokok putih. Rokok kretek menguasai sekitar 92% pasar rokok di Indonesia. Di antara merek rokok kretek Sampoerna adalah *Dji Sam Soe, A Mild, Avolution, A Flava (Brand A Family), Sampoerna Kretek* (sebelumnya disebut *Sampoerna A Hijau*), dan *U Mild*.

Berkat fokus dan investasi pada portofolio merek, pada tahun 2009, empat merek Sampoerna menduduki posisi 10 merek dengan pangsa pasar terbesar di Indonesia. Empat merek tersebut adalah *A Mild*, *Dji Sam Soe*, *Marlboro* dan *Sampoerna Kretek*. Berikut yang dimaksud dengan A Family adalah anggota *Brand* yang memakai hufur “A” Pada merek rokoknya, di antara lain adalah :

a. A Mild

A Mild diluncurkan oleh Sampoerna pada tahun 1989. *A Mild* merupakan pionir produk rokok kategori LTLN (rendah tar rendah nikotin) di Indonesia. Saat ini, *A Mild* diproduksi di pabrik Karawang dan Sukorejo. Pada tahun 2009, *A Mild* menjadi produk rokok terdepan di Indonesia dengan pangsa pasar sebesar 10,7% *.

b. Avolution

Avolution diluncurkan pertama kali oleh Sampoerna pada tahun 2008. *Avolution* merupakan produk rokok kategori LTLN (rendah tar rendah nikotin) di Indonesia. Rokok *Avolution* ini mempunyai ciri khas tersendiri dibanding merek rokok lainnya yaitu, *Avolution* adalah rokok super slim kretek pertama di Indonesia dan dunia dengan kandungan tar dan nikotin yang rendah (*low tar low nicotine*), memiliki rasa yang *smooth* dan kemasan yang *square* atau *exclusive.*

c. A Flava Click Mint

A Flava Click Mint diluncurkan pertama kali oleh Sampoerna pada tahun 2010. *A Flava Click Mint* merupakan rokok kategori LTLN (rendah tar rendah nikotin) di Indonesia. Rokok *A Flava Click Mint* ini mempunya ciri khas tersendiri yaitu, *A Flava Click Mint* adalah rokok kretek pertama di Indonesia dan dunia yang memiliki teknologi *mint ball* pada filternya dan dapat merubah rasa dari *mild reguler* biasa menjadi *mint.*