

## **BAB II**

### **DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN**

Bab ini memberi gambaran umum mengenai PT. Sepatu Bata,Tbk dengan membahas sejarah , visi, misi, logo dan bagan struktur organisasi perusahaan. Bab ini juga akan menjelaskan mengenai identitas responden yang dipilih peneliti untuk mendukung data yang dibutuhkan dalam penelitian.

#### **2.1.Gambaran Umum Perusahaan**

##### **2.1.1. Sejarah PT. Sepatu Bata Tbk**

PT. Sepatu Bata Tbk memproduksi bermacam-macam alas kaki di antaranya ialah sepatu kulit dan sandal, sepatu santai, sepatu olahraga sepatu kanvas *built-up*, dan sandal *interjection moulded*.

Bata atau T&A Bata Shoe Company didirikan oleh Tomas bersama saudaranya yaitu Anna dan Anonin Bata di Zlin,Cekoslowakia pada tahun 1894. Ketiga bersaudara ini memulai usaha dengan modal \$350 dari ibu mereka. Pada tahun 1904, Tomas Bata bekerja di pabrik sepatu di New England Amerika selama 6 bulan.

Kejadian Perang Dunia I di Eropa memunculkan kebutuhan akan sepatu untuk tentara. Bata pun mendapat pesanan dimana pabrik Bata membuat sekitar 50 ribu sepatu kepada tentara Austro-Hungaria sepanjang perang berlangsung.

Dengan usaha yang teroganisir dengan baik, Bata pun mampu menguatkan perusahaannya hingga pada tahun 1932 ia memiliki lebih dari 31.000 pekerja di perusahaannya dan telah berkembang di beberapa negara, seperti Bataville di Prancis,

Bata-Park di Swiss, Bata-Estate di Inggris, Batadorp di Belanda dan Batawa di Kanada. Di Ceko terdapat Bata village, yaitu desa tempat pabrik bata dan tenaga kerjanya.

Operasi penjualan sepatu Bata di Indonesia dilakukan oleh PT. Sepatu Bata Tbk. Di Indonesia, Bata telah beroperasi sejak tahun 1931, dimana kegiatannya dimulai di sebuah gedung yang tidak jauh dari Pelabuhan Tanjung Priok dengan menjual sepatu-sepatu impor. Perusahaan itu ialah NV Nederlansch Indische Schoenhandel Maatschappij Bata sesuai dengan akte notaries Adrian Hendrick Van Ophuisjen Npo. 64 pada 15 Oktober 1931. Kemudian berganti nama menjadi PT. Sepatu Bata pada 29 Desember 1931.

Pabrik perusahaan pertama didirikan pada tahun 1939. Di tahun ini, aset perusahaan dipindahkan dari Tanjung Priok ke Rajawati, Kalibata dan pada tahun 1940, pertama kalinya dilakukan produksi pada pabrik ini.

Sebelum tahun 1978, status Bata di Indonesia masih PMA dan membuat Bata tidak bisa menjual produk-produknya langsung ke pasar, sehingga diatasi dengan menjual dengan sistem konsinyasi melalui para penyalur khusus (depot). Tahun 1 Januari 1978, izin dagang Bata “dipindahkan” pada para penyalur, sehingga PT. Sepatu Bata menjadi perusahaan PMDM. Pada 24 Maret 1982, perusahaan ini tercatat di Bursa Efek Jakarta sebagai PT. Sepatu Bata Tbk. Tahun 1995, Bata mendirikan pabrik baru yang berlokasi di Purwarkarta, Jawa Barat. Dan hingga saat ini PT. Bata adalah pelopor perusahaan alas kaki di Indonesia. PT. Sepatu Bata Tbk memiliki

merek lain yang menyertai merek utama yaitu, Power, Marie Claire dan Weinbrenner, North Star, Bubblegummers.

### **2.1.2. Visi Perusahaan**

Visi merupakan gambaran tujuan yang ingin diraih di masa mendatang. Visi harus mampu memberikan gambaran yang jelas di masa mendatang yang dapat dilihat oleh para pemangku kepentingan pada perusahaan.

Adapun visi dari PT. Sepatu Bata Tbk ialah “ Menguatkan posisi sebagai pemimpin bisnis bidang alas kaki di Indonesia dan dalam jangka panjang maupun pendek meningkatkan nilai pemegang saham.”

### **2.1.3. Misi Perusahaan**

Misi merupakan rencana yang dilakukan perusahaan untuk mencapai visi. Adapun misi dari PT. Sepatu Bata Tbk ialah “Berhasil menjadi organisasi bisnis alas kaki di dunia yang paling dinamis, fleksibel dan paham kondisi pasar.”

### **2.1.4. Logo Perusahaan**

#### **Gambar 2.1.**

#### **Logo PT. Sepatu Bata, Tbk**

The logo for PT. Sepatu Bata, Tbk features the word "Bata" in a bold, red, cursive script font. The letters are thick and have a slight shadow, giving it a three-dimensional appearance. The background is white.

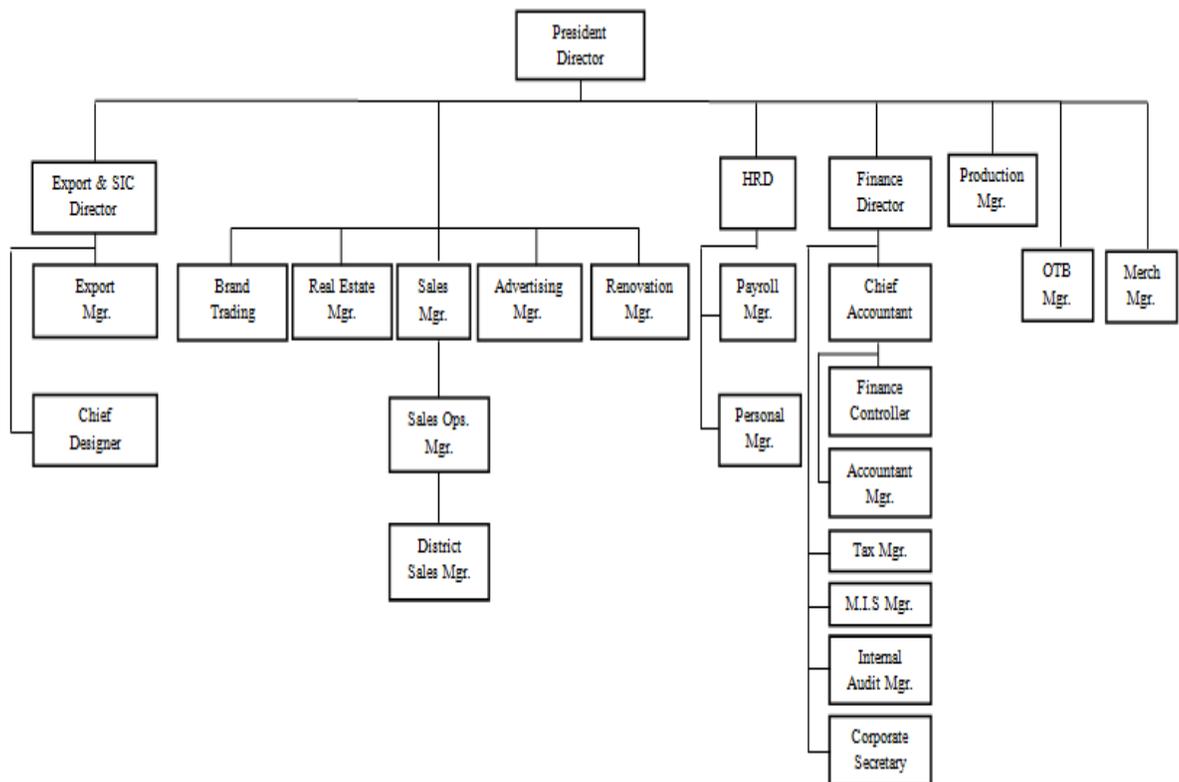
Logo merupakan suatu tanda pengenal bagi perusahaan, produk atau layanan jasa yang mampu menciptakan asosiasi sehingga melalui logo tersebut dapat muncul

rasa aman dan percaya. Logo sepatu Bata diambil dari nama pendiri sepatu yaitu Thomas Bata.

### 2.1.5. Struktur Organisasi

Struktur organisasi menentukan bagaimana kegiatan dalam suatu organisasi seperti alokasi tugas, koordinasi dan pengawasan diarahkan untuk mencapai tujuan organisasi. Di bawah ini disajikan bagan PT. Sepatu Bata, Tbk.

**Gambar 2.2.**  
**Bagan Struktur Organisasi PT. Sepatu Bata, Tbk**



Berikut ialah penjelasan mengenai bagan struktur organisasi PT. Sepatu Bata, Tbk. :

- a. *President Director*, ialah sebagai penentu jalannya segala aspek-aspek dalam perusahaan secara keseluruhan.
- b. *Export & SIC Director*, bertugas dalam hal terkait persiapan administrasi ekspor, legalitas, maupun perencanaan ekspor sesuai permintaan pasar luar negeri, baik itu administrasi kesiapan melakukan ekspor, koordinasi legalitas kegiatan ekspor yang akan dilakukan, dan menyusun hal-hal terkait dengan perencanaan ekspor sesuai dengan permintaan pasar di luar negeri.
- c. *Export Manager*, bertugas untuk melakukan koordinasi dengan instansi terkait ekspor seperti bea cukai, jasa pengangkutan maupun asuransi. Selain itu, bertugas juga dalam hal monitor dan evaluasi jalannya pengiriman barang untuk ekspor.
- d. *Chief Designer*, bertanggung jawab dalam memantau aspek-aspek desain dan inovasi produk atau layanan perusahaan.
- e. *Brand Trading Manager*, bertanggung jawab dalam hal pengembangan strategi pemasaran dan memastikan produk yang dijual dalam toko laku terjual.
- f. *Real Estate Manager*, bertugas dalam hal penyediaan administrasi sewa dan kepastian akan lancarnya hubungan antara pemilik dan penyewa.
- g. *Sales Manager*, ialah pihak yang bertugas untuk melakukan kunjungan toko individu perusahaan, meninjau kinerja, operasi dan keuangan masing-masing toko.

- h. *Sales Operation Manager*, bertanggung jawab atas efisiensi dan efektivitas penjualan, serta pembuatan, evaluasi, dan optimasi kumpulan data penjualan.
- i. *District Sales Manager*, bertugas untuk memastikan toko bekerja sesuai aturan, mengawasi fungsi toko dan menyusun perencanaan.
- j. *Advertising Manager*, ialah pihak yang bertanggung jawab atas perencanaan dan pengarahannya promosi atau iklan perusahaan.
- k. *Renovation Manager*, ialah pihak yang bertanggung jawab atas perencanaan, rancangan dan pelaksanaan proyek renovasi atau pemeliharaan, pemberian jaminan keberhasilan proyek dan kesesuaian dengan spesifikasi proyek.
- l. *Human Resources Department*, merupakan pihak yang bertugas dalam hal perekrutan karyawan untuk posisi yang sesuai dengan kemampuannya, pemberian pelatihan dan pengembangan, serta pemantauan kinerja karyawan.
- m. *Payroll Manager*, bertugas dalam pengawasan terhadap prosedur penggajian dan kepastian untuk patuh terhadap undang-undang yang berlaku.
- n. *Personel Manager*, bertugas untuk menangani isu-isu sumber daya manusia yang sesuai dengan proses atau kebijakan yang ditetapkan.
- o. *Finance Director*, melakukan kerja sama dengan manajer lain dalam rangka perencanaan dan peramalan aspek-aspek dalam perusahaan termasuk perencanaan umum keuangan.
- p. *Finance Controller*, bertugas dalam koordinasi dan pengarahannya penyusunan perkiraan anggaran dan keuangan serta persiapan dan penerbitan laporan keuangan tepat waktu.

- q. *Accountant Manager*, menjadi penghubung antara departemen keuangan dengan departemen lainnya untuk memberikan data dan bertugas untuk memastikan bahwa penyampaian internal atau eksternal audit tanpa terdapat masalah yang signifikan.
- r. *Tax Manager*, bertugas untuk menyampaikan layanan pajak yang sesuai dengan perundang-undangan, perencanaan pajak yang inovatif dan mengkaji ulang pengembalian pajak penghasilan.
- s. *Management Information System Manager*, memiliki tanggung jawab atas sistem komputer, pemasangan dan efektifitas jalannya *system backup*.
- t. *Internal Audit Manager*, bertanggung jawab atas pemeriksaan audit internal dan pemeriksaan sistem prosedur yang diterapkan minimal dua kali dalam setahun.
- u. *Corporate Secretary*, bertanggung jawab atas kepastian pembaharuan segala dokumen hokum perusahaan dilakukan secara teratur dan diarsipkan sesuai arahan pejabat tinggi.
- v. *Production Manager*, ialah pihak yang bertugas untuk merencanakan dan mengorganisasikan jadwal produksi, standar control kualitas produk, dan mengawasi proses berjalannya produksi.
- w. *Open To Buy Manager*, pihak yang bertanggung jawab atas analisa dan kalkulasi rencana pembelian dan stok penjualan.

- x. *Merchandising Manager*, ialah pihak yang bertanggung jawab atas pengelolaan operasi penjualan dan perencanaan kebutuhan anggaran serta monitoring sistem penjualan.

## 2.2. Gambaran Umum Responden

Responden penelitian ialah konsumen Sepatu Bata di Kota Medan yang pernah membeli Sepatu Bata minimal 2 kali. Pengambilan sampel *purposive sampling* dengan pertimbangan sebagai berikut : berdomisili di Kota Medan, berusia minimal 17 tahun, telah melakukan pembelian Sepatu Bata minimal 2 kali, dan bersedia untuk mengisi kuesioner. Responden diminta untuk memberi jawaban yang sesuai pertanyaan kuesioner. Tanggapan pada indicator-indikator tersebut diberi skor dengan menggunakan skala Likert (1-5).

### 2.2.2. Jenis Kelamin Responden

Pengumpulan data berdasarkan jenis kelamin dilakukan untuk membandingkan antara banyak sampel laki-laki dengan sampel responden perempuan konsumen Sepatu Bata di Kota Medan.

Perbandingannya dapat dilihat pada tabel 2.1. :

**Tabel 2.1.**  
**Jenis Kelamin Responden**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	31	31%
2.	Perempuan	69	69%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Dari Tabel 2.1. diketahui bahwa terdapat 31% responden berjenis kelamin laki-laki, sedangkan 69% responden berjenis kelamin perempuan.

### 2.2.3. Usia Responden

Usia menggambarkan tingkat kedewasaan, dalam hal ini dilakukan pengumpulan data usia responden untuk mengetahui tingkat konsumsi responden terhadap produk/jasa, yang mana setiap usia memiliki sikap yang berbeda-beda dalam menentukan pilihan yang sesuai dengan kebutuhan responden.

Berikut ialah data usia responden :

**Tabel 2.2.**  
**Usia Responden**

<b>No.</b>	<b>Usia (tahun)</b>	<b>Jumlah (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
1.	17 – 20	25	25%
2.	21 – 25	61	61%
3.	26 – 30	6	6%
4.	> 31	8	8%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan pada tabel 2.2. di atas dapat disimpulkan bahwa rentang usia antara 21 – 25 merupakan rentang usia terbanyak yang dimiliki responden, yaitu sebanyak 61%, kemudian rentang usia 17 – 20 tahun sebanyak 25%. Usia >31 tahun sebanyak 8 responden atau 8% dan usia 26 – 30 tahun berjumlah 6 responden.

#### 2.2.4. Pendidikan Terakhir Responden

Data pendidikan terakhir yang disajikan merupakan pendidikan yang ditempuh responden secara formal. Tingkat pendidikan dapat mempengaruhi pola berpikir dan gaya hidup seseorang.

Berikut ialah data pendidikan terakhir responden :

**Tabel 2.3.**  
**Pendidikan Terakhir Responden**

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase
1.	SD	0	0%
2.	SMP/ Sederajat	0	0%
3.	SMA/ Sederajat	66	66%
4.	Diploma 3 (D3)	9	9%
5.	Strata 1 (S1)	29	29%
6.	Strata 2 (S2)	1	1%
7.	Strata 3 (S3)	0	0%
8.	Lain-lain	0	0%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Melalui tabel 2.2.3 diketahui bahwa sebagian besar responden telah menyelesaikan pendidikan SMA/Sederajat yaitu sebesar 66%, kemudian sebesar 29% responden telah menyelesaikan pendidikan Strata 1 (S1), sebesar 9% responden telah menempuh pendidikan Diploma 3 (D3), dan sebesar 1% responden telah menyelesaikan pendidikan Strata 2 (S2).

### 2.2.5. Pekerjaan Responden

Pekerjaan atau mata pencaharian memberikan pengaruh penting terhadap aktivitas keseharian seseorang. Dengan mengetahui jenis pekerjaan responden, maka dapat diketahui mengenai kehidupan sosial dan ekonomi responden.

Berikut ialah data mengenai pekerjaan responden :

**Tabel 2.4.**  
**Pekerjaan Responden**

No.	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase
1.	BUMN/PNS/TNI/POLRI	7	7%
2.	Pegawai Swasta	10	10%
3.	Wirausahawan	2	2%
4.	Pelajar/Mahasiswa	76	76%
5.	Lain-lain	5	5%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Dari tabel 2.4. dapat diketahui bahwa jenis pekerjaan responden yang paling banyak ialah sebagai pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 76 responden atau sebesar 76%. Selanjutnya sebanyak 10 responden bekerja sebagai pegawai swasta, 7 responden berprofesi sebagai BUMN/PNS/TNI/POLRI, 5 responden berprofesi lain-lain, dan 2 responden merupakan wirausahawan.

### 2.2.6. Pendapatan Per Bulan

Besarnya pendapatan responden tentunya akan mempengaruhi gaya hidup dan daya beli responden terhadap produk-produk sepatu Bata.

Berikut ialah tabel pendapatan per bulan responden :

**Tabel 2.5.**  
**Pendapatan Per Bulan**

<b>No.</b>	<b>Pendapatan/Bulan</b>	<b>Jumlah (Orang)</b>	<b>Persentase</b>
1.	Rp 500.000 – 1.000.000	60	60%
2.	Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000	10	10%
3.	Rp 1.500.001 – Rp 2.000.000	7	7%
4.	Rp 2.000.001 – Rp 2.500.000	4	4%
5.	> Rp 2.500.001	19	19%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Dari tabel 2.5. diketahui bahwa pendapatan responden dengan rentang Rp 500.000 – 1.000.000 merupakan responden paling banyak dengan jumlah responden sebanyak 60 orang atau sebesar 60%, sebanyak 19% responden memiliki pendapatan per bulan pada rentang > Rp 2.500.001. Kemudian terdapat 10 orang responden yang pendapatannya berada pada rentang Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000, terdapat 7 orang pada rentang Rp 1.500.001 – Rp 2.000.000, selanjutnya pada rentang Rp 2.000.001 – Rp 2.500.000 terdiri atas 4 orang responden.