

**KEGIATAN SALES ONLINE
& DIGITAL MARKETING
DI PT.SATRIA BANDUNG JAYA (GISTEX GROUP)
BANDUNG**



LAPORAN MAGANG INDUSTRI

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat
Untuk memperoleh gelar Ahli Madya

Oleh

NAZWA NAFISA RABSANI

5032101040

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
PROGRAM VOKASI
PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PERUSAHAAN
Terakreditasi berdasarkan Keputusan
BAN-PTNo. 2289/SK/BAN-PT/AK-
ISK/Dipl-III/IV/2022BANDUNG
2024**

***ACTIVITIES ONLINE SALES
& DIGITAL MARKETING
IN PT. SATRIA BANDUNG JAYA (GISTEX GROUP)
BANDUNG***



INDUSTRIAL INTERNSHIP REPORT

This report is made to fulfill the requirements of the
Diplome III Business Management Program

By

NAZWA NAFISA RABSANI

5032101040

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
VOCATIONAL PROGRAM
DIPLOME III BUSINESS MANAGEMENT
PROGRAM**

**Accredited based on the decree of
BAN-PT No. 2289/SK/BAN-PT/AK-
ISK/Dipl-III/IV/2022BANDUNG
2024**

**PROGRAM VOKASI DAN PROFESI PROGRAM STUDI DIII
MANAJEMEN PERUSAHAAN**



**KEGIATAN SALES ONLINE & DIGITAL MARKETING
YANG DILAKUKAN DIPT.SATRIA BANDUNG JAYA
(GISTEX GROUP) BANDUNG**

Nama : NAZWA NAFISA RABSANI

NPM : 5032101040

LAPORAN MAGANG INDUSTRI

Bandung, 25 Januari 2024

Ketua Program Vokasi

Prof. Ir. Wimpy Santosa, Ph.D., IPU

Dosen Pembimbing

Ronny Trian Surbakti S.IP., MM., CHCM

Pembimbing Perusahaan,

Ibu Yeni Hendriyani, S.IP

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama (sesuai akte lahir) : Nazwa Nafisa Rabsani
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 17 Juni 2003
Nomor Pokok Mahasiswa : 5032101040
Program Studi : Manajemen Perusahaan UNPAR
Jenis Naskah*) : ~~Skripsi/ Makalah / Artikel~~ / Laporan Praktik Kerja

JUDUL

Kegiatan *Sales Online & Digital Marketin* di
PT. Satria Bandung Jaya (Gistex Group) Bandung

Dengan,

Pembimbing : Ronny Trian Surbakti, S.IP., MM., CHCM
Ko. Pembimbing : -

SAYA NYATAKAN

Adalah benar karya tulis sendiri:

1. Apapun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut diatas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut plagiat (*plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak manapun.

Pasal 25 ayat (2) UU No. 20 Tahun 2003:

Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70: Lulusan yang karya ilmiahnya digunakan untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam pasal 25 ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 tahun dan atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : 25 Januari 2024

Pembuat pernyataan : Nazwa Nafisa R



ABSTRAK

Penulis telah menjalani pengalaman praktik kerja sebagai *Sales Online & Digital Marketing* di PT Satria Bandung Jaya, yang merupakan bagian dari Gistex Group. Perusahaan terletak di Jl. Nanjung No.82, Lagadar, Kec. Margaasih, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40216. Praktik kerja dilaksanakan selama 16 minggu, dimulai pada tanggal 18 September 2023, dan berakhir pada tanggal 18 Januari 2024. Praktik kerja dilakukan setiap hari kerja, mulai dari hari Senin hingga Jumat, dengan menerapkan system kerja *Work From Office* (WFO).

Selama menjalani praktik kerja, penulis terlibat dalam beragam pekerjaan yang melibatkan *research data*, *broadcasting*, *supporting sales tim*, *manajemen key opinion leader*, menerapkan strategi *call to action* untuk pelanggan, menganalisis persaingan *brand*, dan melakukan penginputan data yang diperlukan untuk memfasilitasi proses pengiriman produk dari PT Satria Bandung Jaya. Dengan demikian, penulis terlibat dalam serangkaian tugas yang mencakup aspek penelitian, pemasaran, dukungan penjualan, manajemen *influencer*, strategi interaksi pelanggan, analisis pasar, hingga administrasi data logistic.

Berdasarkan kegiatan praktik kerja yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa penulis dapat menunjukkan kemampuan untuk memahami dan melaksanakan tugas yang diberikan oleh pembimbing. Selama menjalankan pekerjaan tersebut, penulis tidak hanya mengikuti instruksi dengan cermat, tetapi juga mampu memberikan masukan dan saran yang konstruktif sebagai bentuk kontribusi positif dalam pelaksanaan tugas tersebut

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan praktik kerja yang berjudul “Kegiatan *Sales Online & Digital Marketing* di PT. Satria Bandung Jaya (Gistex Grup). Laporan praktik kerja ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi DIII Manajemen Perusahaan di Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Penulis banyak mendapatkan bekal dan pengalaman berharga untuk nantinya dapat dipakai di masa yang akan datang. Selama menjalani dan mendapatkan bimbingan praktik kerja, penulis menghadapi beberapa hambatan dan rintangan. Akan tetapi, berkat dukungan dari berbagai pihak, penulis berhasil menyelesaikan laporan praktik kerja ini. Penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada Bapak Giyarno dan Ibu Erni, sebagai orang tua penulis, yang memberikan dukungan moril, materi, dan hiburan. Dukungan tersebut memainkan peran penting dalam kelancaran studi penulis di program studi DIII Manajemen Perusahaan.

1. Bapak Prof. Ir. Wimpy Santosa, Ph.D., IPU, selaku Kepala Program Vokasi dan Profesi (PVP) Universitas Katolik Parahyangan.
2. Bapak Dr. Ir. Edi Sukmoro., M.Eng.Sc, selaku Ketua Vokasi Universitas Katolik Parahyangan.
3. Ibu Nina Septina, S.P., selaku dosen wali penulis yang senantiasa mendukung, memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis selama menempuh studi di Kampus DIII Manajemen Perusahaan.
4. Bapak Ronny Trian Surbakti, S.I.P., M.M.,CHCM, selaku dosen pembimbing penulis yang telah senantiasa membantu, membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun laporan praktik kerja ini
5. Bapak Dianta Hasri Natalius Barus, S.T., M.M., Ibu Dr.Rr. Ida Nuraida,SE.,MM., Ibu Dr. Elvy Maria Manurung, S.E., Ak., M.T., Ibu Lilian Danil SE., MM., Ibu Kurweni Ukar S.E., Ak., M.Kom., Bapak

Novandy Adhitya, S.Pd., M.Pd., Bapak Hamy S. Kusumoputro, S.H., M.H., Bapak Dian Fordian, S.E., M.Si., Bapak Bimbim Maghriby, S.E., Ak., M.Ak., Ibu Intan Megafany, S.E., M.M., dan seluruh dosen yang sudah mengajari penulis selama perkuliahan di Kampus DIII Manajemen Perusahaan Universitas Katolik Parahyangan.

6. Bapak Paul Alexander Maria Oni Murhadi, S.Si., Ibu Leoni Anastasia Guswanti Meliala, A.Md., Ibu Evy, S.Kom., Bapak Fabianushaka, SE. yang telah membantu administrasi Tata Usaha DIII Manajemen Perusahaan selama kuliah sampai menyelesaikan Tugas Akhir.
7. Seluruh keluarga besar yang terdiri dari orang tua, saudara, dan kerabat. Dukungan, doa, dan semangat yang mereka berikan kepada penulis selama proses pengerjaan laporan praktik kerja ini tidak hanya sekadar kata-kata, tetapi menjadi pilar yang kuat dalam menghadapi setiap tantangan.. Hal tersebut membantu penulis dalam menyelesaikan tugas ini lebih bermakna dan berarti.
8. Ibu Emanuela Prima Wardhani S.Psi. selaku HR & Employee Branding dan Penanggung jawab pembimbing PT.Gistex yang telah memberikan arahan semangat dan dukungan kepada penulis.
9. Bapak Yohan Surya S.M. selaku Head of Talent Management PT.Gistex Textile Division yang telah memberikan arahan semangat dan dukungan kepada penulis.
10. Ibu Yeni Hendriyani S.IP selaku Online Sales & Digital Marketing Leader PT. Satria Bandung Jaya (Gistex Group) dan sekaligus menjadi pembimbing penulis, yang telah memberikan kesempatan dan pengalaman melalui praktik kerja.
11. Ibu Renata Marsha S.H.Int selaku Marketing Creative Leader PT.Satria Bandung Jaya (Gistex) sekaligus pembimbing penulis yang telah memberikan kesempatan dan ikut andil berpartisipasi serta menambah ilmu dan pengalaman melalui praktik kerja.
12. Ibu Susanti Wulansari, S.IP. Selaku Sales Leader PT Satria Bandung Jaya (Gistex Group)

13. Seluruh staff di PT. Satria Bandung Jaya (Gistex Group) yang penuh keramahan dan profesionalisme karena telah menerima serta memberikan bimbingan berharga selama penulis menjalani praktik kerja.
14. Sahabat penulis di bangku kuliah Agnes Carmellita, Michelle Tanuikada, Fauziyya Vinaya, Sherliana, Daniel Aafi, Vinno Raziq, Nobertus Ferry Vernando. Semangat dan keceriaan yang mereka bawa mampu mencerahkan setiap perjalanan penulis, dan kerjasama yang solid ini menjadi salah satu aspek penting dalam meraih kesuksesan dalam pengerjaan Tugas Akhir.
15. Rekan Magang penulis selama di PT.Gistex Textile Division Junki Simamora, Gracia June.
16. Sahabat penulis dibangku SMA, Vania, Elsa, Ghezy, Sahira, Cindy, Mugi dan Silvy.
17. Semua pihak yang tidak memungkinkan penulis sebutkan satu per satu yang telah terlibat banyak membantu sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.

Akhir kata penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, dan kritik serta saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan kontribusi positif pada pengembangan ilmu pengetahuan dan memberikan manfaat yang berarti bagi pembaca.

Bandung, Januari 2024



Nazwa Nafisa Rabsani

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB 1	
PENDAHULUAN	8
1.1. Tempat dan Waktu Magang Kerja.....	8
1.2. Tujuan Magang Industri.....	8
1.3. Profil Tempat Magang	10
1.3.1. Sejarah Perusahaan	12
1.3.2. Struktur Organisasi	15
1.3.3. Kondisi Permodalan.....	17
1.3.4. Kegiatan Usaha	17
1.3.5. Gambaran Umum Ketenagakerjaan	22
BAB 2	
PEMBAHASAN KEGIATAN PRAKTIK KERJA	28
2.1. Uraian Pekerjaan (Job Description)	28
2.2. Proses dan Prosedur Pelaksanaan Magang Industri	29
2.2.1. Menghubungi <i>brand</i> hijab untuk diajak kerjasama.....	29
2.2.2. Menguraikan, mendaftarkan & <i>follow up list</i> calon buyer.....	35
2.3. Pelaksanaan Magang Industri	37
2.4. Masalah Dalam Magang Industri	48
BAB 3	
PENUTUP	49
3.1. Kesimpulan	49
3.2. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN.....	53

DAFTAR TABEL

TABEL 1. 1 JABATAN DAN TINGKAT PENDIDIKAN	27
TABEL 2. 1 JAM PRAKTIK KERJA	38
TABEL 2. 2 JADWAL PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA	39

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1. 1 LOGO RUMAH MODE FACTORY OUTLET	12
GAMBAR 1. 2 LOGO PT GISTEX TEXTILE DIVISION	13
GAMBAR 1. 3 LOGO PT Satria BANDUNG JAYA	14
GAMBAR 1. 4 PT Satria BANDUNG JAYA.....	14
GAMBAR 1. 5 STRUKTUR ORGANISASI PT Satria BANDUNG JAYA.....	16
GAMBAR 1. 6 STRUKTUR ORGANISASI PT GISTEX TEXTILE DIVISON	17
GAMBAR 1. 7 CONTOH MEDIA PENJUALAN GISMART	18
GAMBAR 1. 8 CONTOH MEDIA PENJUALAN NONLABEL	20
GAMBAR 1. 9 CONTOH MEDIA PENJUALAN LAVALUC	21
GAMBAR 1. 10 CONTOH MEDIA PENJUALAN MAETALA.....	22
GAMBAR 2.1. 1 FLOWCHART.....	32
GAMBAR 2.1. 2 DATA ITEM LIST & FOLLOW UP BRAND	33
GAMBAR 2.1. 3 FLOWCHART	35
GAMBAR 2.1. 4 FLOWCHART	36
GAMBAR 2.1. GRAB NOMBOR MELALUI APLIKASI WBS PR	37

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : DAFTAR SIMBOL

LAMPIRAN 2 (1) : ABSENSI KEHADIRAN SELAMA MENJALANI PRAKTIK KERJA

LAMPIRAN 2 (2) : ABSENSI KEHADIRAN SELAMA MENJALANI PRAKTIK KERJA

LAMPIRAN 2 (3) : ABSENSI KEHADIRAN SELAMA MENJALANI PRAKTIK KERJA

LAMPIRAN 2 (4) : ABSENSI KEHADIRAN SELAMA MENJALANI PRAKTIK KERJA

LAMPIRAN 2 (5) : ABSENSI KEHADIRAN SELAMA MENJALANI PRAKTIK KERJA

LAMPIRAN 2 (6) : ABSENSI KEHADIRAN SELAMA MENJALANI PRAKTIK KERJA

LAMPIRAN 2 (7) : ABSENSI KEHADIRAN SELAMA MENJALANI PRAKTIK KERJA

LAMPIRAN 2 (8) : ABSENSI KEHADIRAN SELAMA MENJALANI PRAKTIK KERJA

LAMPIRAN 2 (9) : ABSENSI KEHADIRAN SELAMA MENJALANI PRAKTIK KERJA

LAMPIRAN 2 (10) : ABSENSI KEHADIRAN SELAMA MENJALANI PRAKTIK
KERJA

LAMPIRAN 3 : LAPTOP PENULIS

LAMPIRAN 4 : SAMPE KAIN

LAMPIRAN 5 : DISPLAY BAZZAR

LAMPIRAN 6 : STOCK BARANG

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1. Tempat dan Waktu Magang Kerja

Penulis menjalani periode praktik kerja di PT. Satria Bandung Jaya yang merupakan anak perusahaan dari Gistex Textil. Perusahaan beralamat di Jl. Nanjung No.82, Lagadar, Kec. Margaasih, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40216.

Penulis melakukan praktik kerja yang menjadi syarat kelulusan dengan bobot 20 sks. Praktik kerja ini berlangsung selama 16 minggu, dimulai dari tanggal 18 September 2023 hingga 19 Januari 2024. Penulis melaksanakan praktik kerja dengan sistem *Work From Office* (WFO), yang dilakukan dari hari Senin hingga Jumat, mulai pukul 08.00 hingga 17.00, dengan durasi kerja 8 jam perharinya.

1.2. Tujuan Magang Industri

Selama melaksanakan praktik kerja di PT Satria Bandung Jaya, tujuan penulis adalah memperoleh pemahaman langsung mengenai dinamika masalah yang muncul di lingkungan kerja. Dengan melakukan praktik kerja ini diharapkan mendapatkan pemahaman yang mendalam terkait permasalahan yang sering dihadapi dalam industri ini, serta memperoleh pemahaman yang baik tentang penjualan online dan pemasaran digital.

Berikut merupakan tujuan penulis dalam melaksanakan magang industri :

1. Untuk memahami dan mempelajari langsung permasalahan yang terjadi di lingkungan kerja , dan menghadapi fakta fakta yang ada.
2. Dengan melakukan magang sebagai *Sales Online & Digital Marketing* di PT. Satria Bandung Jaya, tujuan utama penulis adalah untuk mengetahui, mempelajari, dan mengembangkan keterampilan serta pemahaman yang mendalam dalam industri penjualan *online dan digital marketing*.
3. Mengembangkan pengetahuan penulis terkait aspek-aspek seperti strategi penjualan, pelayanan pelanggan online, serta penerapan konsep pemasaran digital.

Adapun kegunaan dari laporan praktik kerja ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi Penulis

a. Umum

Praktik kerja ini berfungsi sebagai pengalaman kerja yang berharga dan memberikan bekal kepada penulis untuk mengakhiri masa studi di Universitas Katolik Parahyangan dengan gelar Ahli Madya.

b. Khusus

Pengalaman praktik kerja ini memberikan manfaat dalam pengembangan pengetahuan penulis, terutama dalam praktik *digital marketing*. Penulis terlibat dalam berbagai aspek, mulai dari kegiatan broadcasting, penelitian data, *supporting sales tim*, *manajemen key opinion leader*, penerapan *call to action* untuk pelanggan, analisis persaingan merek, hingga penginputan data yang diperlukan untuk proses pengiriman produk dari PT Satria Bandung Jaya.

c. Bagi Perusahaan

Penulis berharap melalui pengalaman praktik kerja ini, akan tercapai manfaat yang signifikan yang tidak hanya bersifat *momentary*, melainkan juga memberikan dampak positif yang berkelanjutan untuk masa depan. Dengan mendapatkan bekal pengetahuan selama praktik kerja ini, diharapkan kontribusi yang diberikan dapat memberikan peningkatan kegiatan di bidang *Sales Online & Digital Marketing* di PT Satria Bandung Jaya. Melalui pemahaman yang lebih mendalam dan berbagai wawasan yang diperoleh, harapannya adalah terwujudnya kontribusi positif yang berkesinambungan untuk pengembangan manajemen kegiatan di departemen *Sales Online & Digital Marketing*.

d. Bagi pihak yang berkepentingan

Penulis berharap hasil laporan praktik kerja ini dapat memberikan manfaat yang signifikan dengan menambahkan informasi dan wawasan yang lebih mendalam terkait dengan berbagai aspek pemasaran. Selain itu, diharapkan laporan ini dapat berperan sebagai sumber perbandingan bagi pihak-pihak yang membutuhkan informasi yang terdokumentasi secara komprehensif yang tercantum dalam laporan ini, sehingga dapat memberikan pandangan yang lebih lengkap dan mendalam terkait dengan bidang pemasaran.

1.3. Profil Tempat Magang

PT. Satria Bandung Jaya merupakan bagian dari Gistex Group yang berdirisejak tahun 2016 dan bergerak di bidang fashion. PT Satria Bandung Jaya menawarkan jasa end to end mulai dari supply kain berbahan dasar polyester, maklon, sampai dengan produk jadi. Dengan pusat usaha di Bandung, PT Satria Bandung Jaya bertekad untuk menjadi *supplier fashion* yang bersifat A.C.T, yaitu *Adaptive, Commitment, and Trusted*.

PT Satria Bandung Jaya merupakan salah satu supplier kain PT Gistex. Selain menjual kain, PT Satria Bandung Jaya juga memproduksi produk fashion apparel dan non apparel yang sebagian besar bahannya dari kain *stock slot*.

PT Satria Bandung Jaya memiliki *sister company* yaitu Rumah Mode. Rumah Mode adalah Factory Outlet yang dibangun dengan konsep “*One Stop Shopping*” di mana dalam satu kawasan perbelanjaan menyediakan banyak sekali aneka fashion yang sedang populer. Selain mode terkini dari fashion, tas, sepatu, hingga berbagai kelengkapan fasilitas seperti wisata kuliner berupa cafe untuk bersantai.

Rumah Mode Bandung ini didesain secara khusus dan unik dengan menawarkan konsep suasana perbelanjaan yang nyaman dan asri. Hal yang eksklusif dari Factory Outlet ini adalah desain bangunan yang tak seperti gedung-gedung pusat perbelanjaan seperti Mall Bandung yang menjulang dan megah,

namun Rumah Mode lebih memilih konsep desain yang ramah dan “membumi” layaknya sebuah rumah pribadi dengan ornamen taman di depannya yang luas lengkap dengan air mancur.

GAMBAR 1. 1

LOGO RUMAH MODE FACTORY OUTLET



Sumber : Company Profile PT. Gistex Textile
Division

1.3.1. Sejarah Perusahaan

PT Gistex Textile Division didirikan pada tahun 1975 dan saat ini merupakan salah satu industri tekstil terbesar di Bandung, Jawa Barat, Indonesia. PT Gistex Textile Division merupakan perusahaan tekstil terintegrasi yang prosesnya dimulai dari produksi benang di pabrik Gistex Chaewon Synthetic dan diakhiri dengan penenunan dan pencelupan di pabrik Gistex Textile. PT Gistex Textile Division menjaga kualitas produk dengan berupaya untuk terus-menerus meningkatkan manajemen, mengimpor mesin berkualitas tinggi, memilih bahan terbaik, dan terus mengembangkan sumber daya manusia.

PT Gistex Textile merupakan perusahaan tekstil yang mengkhususkan diri dalam produksi kain knitting dan woven berbahan 100% polyester. Mayoritas penjualan perusahaan ini dipusatkan pada pasar ekspor, dengan fokus utama di Timur Tengah, Asia, dan Eropa. Meskipun demikian, hanya sekitar 10% dari total penjualannya yang diarahkan ke pasar lokal.

Sales di PT Gistex terdiri dari 6 tim yang terbagi pada pasar Lokal, Turkey - Europe, Middle East, Asia - USA, Brand, dan Uniform. Channel penjualan yang dimiliki PT Gistex saat ini melalui email, whatsapp sales, instagram @gistex_one, dan website Gistexgroup.com.

Value dari perusahaan gistex ini adalah Generosity, Integrity, Success, Teamwork, Education, dan Excellence.

Berikut adalah visi dan misi PT Gistex Textile Division

1. Visi

Tumbuh dari perusahaan yang baik menjadi perusahaan yang hebat. "Hebat" berarti pendapatan dua digit dan pertumbuhan laba lebih setiap tahun dengan lebih banyak inovasi untuk melayani kebutuhan pelanggan kami di seluruh dunia. Perusahaan yang berorientasi terhadap pelayanan, bukan hanya produk bersama sama kita dapat

mencapai perubahan , dan menjadikan GISTEX lebih baik tempat yang menyenangkan untuk bekerja daripada pesaing lainnya. Perusahaan luar biasa untuk pemangku kepentingan, pelanggan, karyawan, dan lingkungan.

2. Misi

- a). Menjadi aset berharga bagi bangsa, komunitas, dan investor.
- b). Menjadi perusahaan yang menyediakan fasilitas bagi anggota organisasi untuk mencapai impian mereka.
- c). Untuk menjadi perusahaan terkemuka yang memiliki layanan dan produk yang pelanggan cari.
- d). Menjadi perusahaan terkemuka yang didedikasikan untuk layanan dan produk bagi pelanggan.

GAMBAR 1. 2
LOGO PT GISTEX TEXTILE DIVISION



Sumber : www.gistexgroup.com

GAMBAR 1. 3
LOGO PT SATRIA BANDUNG JAYA



Sumber : Company Profile Satria Bandung
Jaya

GAMBAR 1. 4
PT SATRIA BANDUNG JAYA



Sumber : Penulis, 2023

1.3.2. Struktur Organisasi

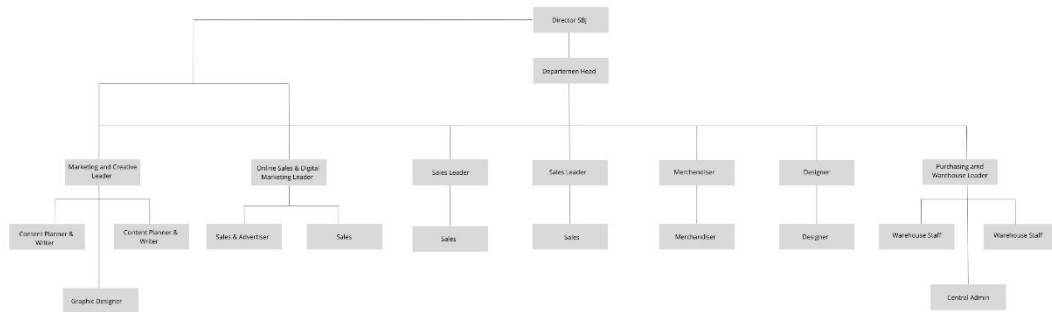
Struktur organisasi dalam perusahaan berguna untuk mengoalasikan wewenang dan tanggung jawab. Struktur organisasi memberikan manfaat bagi perusahaan berupa penetapan tanggung jawab terhadap karyawan, meningkatkan efisiensi operasional dan koordinasi antar departemen melalui pembagian tugas yang terorganisir, serta memfasilitasi aliran komunikasi yang efektif, mencegah kesalah pahaman dan mengambil keputusan yang tepat.

Pengertian tentang struktur organisasi dikemukakan oleh beberapa ahli sebagai berikut:

1. Robbins dan Coulter (2007:284), mengatakan struktur organisasi dapat diartikan sebagai kerangka kerja formal organisasi yang dengan kerangka kerja itu tugas-tugas pekerjaan dibagi-bagi, dikelompokkan, dan dikoordinasikan.
2. Gibson, dkk (2002:9), mengatakan bahwa struktur organisasi adalah pola formal mengelompokkan orang dan pekerjaan.
3. Wright dkk (1996:188), mengatakan struktur organisasi adalah sebagai bentuk cara di mana tugas dan tanggungjawab dialokasikan kepada individu, di mana individu tersebut dikelompokkan ke dalam kantor, departemen, dan divisi. Struktur Organisasi hendaknya selalu menyesuaikan dengan perkembangan kebutuhan publik dan lingkungan. Hal tersebut bertujuan untuk terciptanya kinerja organisasi yang efektif dan proses kerja yang cepat.

Berikut penulis melampirkan bagan organisasi dari PT. Satria Bandung Jaya pada gambar di bawah ini.

GAMBAR 1. 5
STRUKTUR ORGANISASI PT SATRIA BANDUNG JAYA



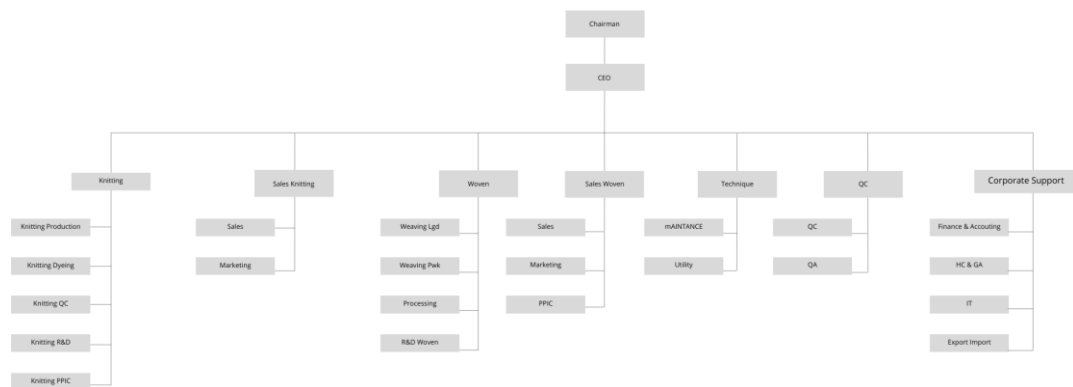
Sumber : PT Gistex Textile Divison , 2023

Berdasarkan struktur organisasi diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat 7 divisi yang terdapat pada PT. Satria Bandung Jaya :

1. Marketing and Creative
2. Online Sales & Digital Marketing Leader
3. Sales Leader
4. Sales Leader
5. Merchandiser
6. Designer
7. Purchasing and Warehouse Leader

Penulis juga melampirkan bagan organisasi dari PT. Gistex Textile Divison pada gambar di bawah ini.

GAMBAR 1. 6
STRUKTUR ORGANISASI PT GISTEX TEXTILE DIVISION



Sumber, Narasumber.2023

1.3.3. Kondisi Permodalan

PT. Satria Bandung Jaya menegaskan bahwa pihaknya tidak dapat memberikan informasi terkait kondisi permodalan kepada penulis, oleh karena itu penulis tidak dapat mengungkapkan dan mempublikasikan rincian aspek tersebut.

1.3.4. Kegiatan Usaha

PT Satria Bandung Jaya memproduksi produk fashion apparel dan non apparel. Berikut merupakan brand yang berasal dari PT Satria Bandung Jaya :

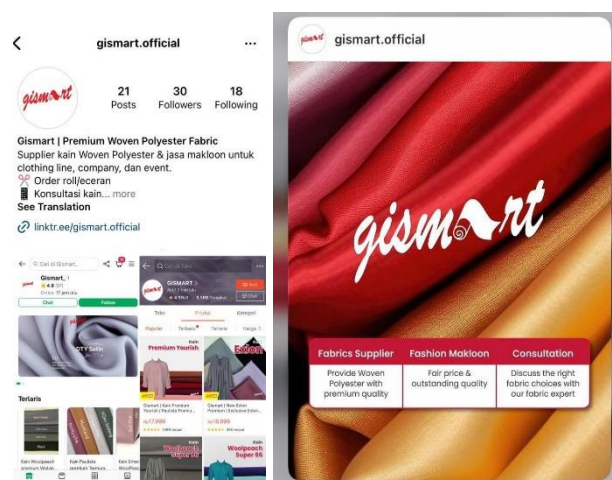
a. GISMART

GISMART merupakan supplier kain 100% *Woven Polyester* berkualitas premium, serta membuka jasa makloon untuk membantu proses produksi para clothing line/brand, konveksi, garmen hingga produsen baju perseorangan. Kain-kain GISMART memiliki karakter kain yang sangat versatile untuk dibuat menjadi berbagai macam produk mulai dari Blouse, Vest, Kemeja, Blazer, Seragam Perusahaan, Dress, Gamis, Abaya, dan lain-lain. Penjualan kain GISMART dilakukan baik secara eceran melalui marketplace yang sangat mudah menjangkau para produsen baju perseorangan dan dijual per roll untuk berbagai kebutuhan produksi dalam jumlah besar dengan pasar konsumen ke seluruh Indonesia.

Channel Penjualan Gismart : Instagram, Ads, Shopee, Tokopedia, Whatsapp, dan Website

GAMBAR 1. 7

CONTOH MEDIA PENJUALAN GISMART



Sumber : Penulis,2023

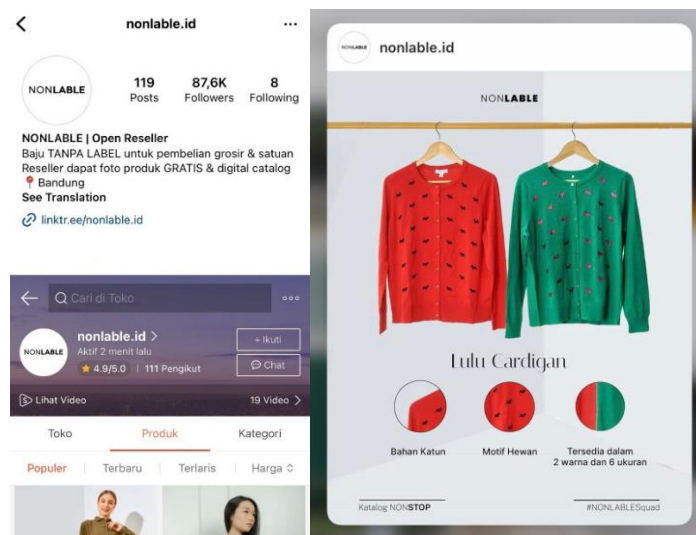
b. NONLABLE

NONLABLE memproduksi pakaian tanpa label merek (no-label) dengan harga murah. Mengambil peran sebagai *supplier fashion*, NONLABLE memberi kesempatan orang lain untuk bisa menjual kembali produk-produk NONLABLE dengan label mereka sendiri. Selain itu NONLABLE juga menyediakan foto katalog tanpa *watermark* yang boleh dipakai oleh siapa saja untuk berjualan. Produk NONLABLE dijual secara eceran dan grosir, dengan target marketnya secara umum adalah wanita dewasa dan secara khusus adalah *reseller* atau *brand owner*.

Channel Penjualan Gismart : *Insatgram, Ads, Shopee, Tokopedia, Whatsapp, dan Website*

GAMBAR 1. 8

CONTOH MEDIA PENJUALAN NONLABLE



Sumber : Penulis,2023

c. LAVALUC

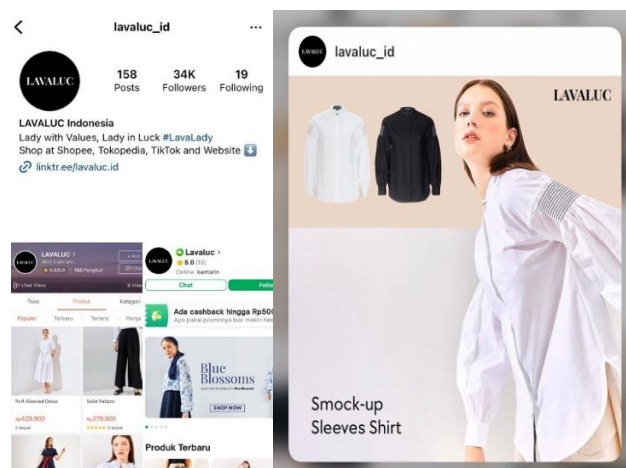
LAVALUC menjawab kebutuhan wanita modern yang aktif berkegiatan akan pakaian berdesain kasual dan elegan namun tetap nyaman untuk dipakai bergerak. Oleh karena itu, setiap pakaian dibuat melalui proses pemilihan bahan yang cermat dan pengujian ketat untuk memastikan kualitas terbaik.

Filosofi di balik nama LAVALUC adalah menggambarkan komitmen untuk memenuhi kebutuhan wanita dengan memberikan produk-produk berkualitas. “LA dari kata *Lady*” mencerminkan kelembutan dan keanggunan wanita, “VA dari kata *Values*” mengacu pada integritas dan nilai-nilai yang dianut dalam proses menciptakan setiap produknya, serta “LUC dari kata *Luck*” menggambarkan keberuntungan yang dirasakan pelanggan setelah memilih produk LAVALUC.

Channel Penjualan Gismart : Insatgram, Ads, Shopee, Tokopedia, Whatsapp, dan Website

GAMBAR 1. 9

CONTOH MEDIA PENJUALAN LAVALUC



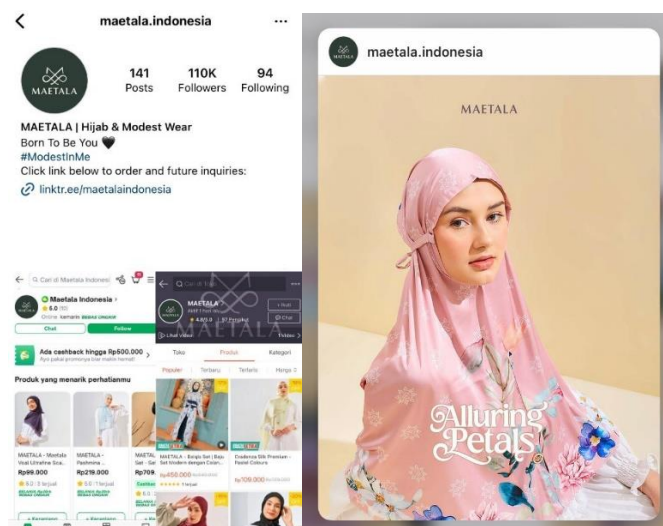
Sumber : Penulis,2023

d. MAETALA

MAETALA adalah brand modest-fashion yang memiliki kesan exclusive pada produknya. MAETALA sendiri diambil dari bahasa Sanskerta yang berarti ‘bumi’, tercermin dari produknya yang banyak menggunakan palet warna earth tone dan motif yang terinspirasi dari alam. MAETALA hadir sebagai brand yang terus berinovasi dalam menciptakan produk-produk yang berkualitas dengan desain yang eksklusif. *Born to Be You* adalah tagline dari brand MAETALA sebagai ungkapan yang ingin ditanamkan pada setiap perempuan Indonesia agar mereka dapat menjadi dirinya sendiritanpa terpengaruh *beauty standard*. Juga ingin memberikan pesan positif tentang *self-acceptance* (penerimaan diri), *self-love* (kasih sayang pada diri sendiri), serta merayakan identitas dan nilai-nilai pribadi tanpa rasa takut atau malu. Channel Media Penjualan Maetala :

GAMBAR 1. 10

CONTOH MEDIA PENJUALAN MAETALA



Sumber : Penulis,2023

1.3.5. Gambaran Umum Ketenagakerjaan

Menurut Mathis & Jackson (2012). Rekrutmen merupakan suatu kegiatan pengumpulan sejumlah pelamar yang memiliki kualifikasi yang sesuai dengan yang dibutuhkan oleh perusahaan, untuk selanjutnya dapat bekerja dalam suatu perusahaan. Fungsi dari rekrutmen adalah sebagai *“the Right Man on The Right Place”*, yang manahal ini menjadi acuan bagi para manajer dalam menempatkan karyawan yang ada di perusahaan mereka. Sedangkan seleksi adalah proses pemilihan dan penentuan dari sekelompok pelamar atau beberapa orang yang memenuhi kriteria untuk menempati posisi yang tersedia di perusahaan sesuai kondisi perusahaan. Strategi dalam pelaksanaan kegiatan rekrutmen dan seleksi merupakan hal penting, ini dikarenakan prosedur rekrutmen dan seleksi yang dilaksanakan perusahaan akan mempengaruhi kualitas sumber daya manusia yang akan digunakan suatu perusahaan.

Proses rekrutmen di PT Gistex Textile Division merupakan suatu rangkaian langkah yang terorganisir dengan cermat, dirancang untuk mengidentifikasi, menarik, dan memilih individu yang memiliki potensi dan kualifikasi yang sesuai untuk menjadi bagian integral dari perusahaan. Dalam upaya memastikan bahwa setiap kandidat yang mendaftar memiliki kesempatan yang setara dan adil, perusahaan telah membagi alur proses rekrutmen menjadi beberapa tahap yang sistematis. Proses ini tidak hanya mencerminkan standar ketat perusahaan, tetapi juga menciptakan lingkungan yang ramah yang mendorong keberagaman dan pertumbuhan.

Berikut merupakan alur proses rekrutmen dari PT Gistex Textil Division :

1. *Man Power Planning*, yaitu perencanaan kebutuhan tenaga kerja yang akan datang, suatu pendekatan strategis yang cermat untuk mengidentifikasi, merinci, dan menyusun rencana yang komprehensif untuk memenuhi kebutuhan sumber daya manusia perusahaan di masa depan,
2. Lalu dilanjutkan dengan pengajuan formulir permintaan tenaga kerja (FPTK) di setiap departemen dengan pemenuhan eksternal dan internal.
3. Pemenuhan dilihat dari beberapa faktor diantaranya, faktor *internal* dan eksternal. Faktor *internal* dilihat dari promosi, mutasi, rotasi, sedangkan faktor eksternal dilihat dari *new rekrutmen*.

Ekternal Recruitment

1. Sourcing

Melibatkan penyebaran iklan lowongan pekerjaan dan pencarian aktif di untuk menjangkau calon karyawan potensial, dan pemanfaatan bank data untuk mencari dan mengidentifikasi profil yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan

2. Seleksi

Melibatkan tahap pemilihan, di mana calon karyawan dievaluasi berdasarkan resume mereka atau CV untuk membuat daftar calon yang memenuhi kriteria tertentu.

3. Interview HC (Human Capital)

Tahapan wawancara dengan Human Capital untuk mengevaluasi berbagai aspek dan pertimbangan lain mengenai sumber daya manusia.

4. *Interview User*

Melibatkan wawancara dengan user atau pemangku kepentingan yang lebih terkait pekerjaan yang bersangkutan

5. *Medical Check Up*

Tahapan pemeriksaan kesehatan untuk memastikan bahwa calon karyawan memenuhi standar kesehatan yang diperlukan.

6. *Negosiasi Gaji (Offering Letter)*

Proses negosiasi gaji antara perusahaan (*Letter*) dan calon karyawan terpilih sebelum penawaran pekerjaan resmi diberikan.

Internal Recruitment

1. *Sourcing*

Melibatkan upaya untuk mencari karyawan yang memiliki potensial di dalam atau diluar, dengan mengeksplor talent pool yang tersedia.

2. *Percobaan promosi atau rotasi langsung*

Melibatkan langkah langkah seperti promosi sementara atau rotasi jabatan untuk memberikan kesempatan untuk memperoleh keterampilan baru dan tanggung jawab yang berbeda kepada karyawan.

3. Evaluasi

Proses penilaian terhadap kinerja karyawan, termasuk analisis pencapaian, kontribusi dan pengembangan keterampilan.

4. Penetapan Jabatan

Menentukan secara resmi jabatan atau posisi yang sesuai dengan kualifikasi, kinerja, dan potensi karyawan setelah melalui proses evaluasi yang komprehensif.

Berikut merupakan Proses rekrutmen PT Gistex Textile Division.

Latar Belakang Pendidikan

e. Latar Belakang Pendidikan (*Commercial*)

Pendidikan staff, production dan supporting

Sales : Min S1

Production : Operation (*Non Staff*) : Minimal SMA

Staff – up : Min D3/S1

Jenis Tenaga Kerja

Sales : Kontrak/Permanent (Tetap)

Produksi : HL (Harian Lepas)

Kontrak

Tetap

f. Latar Belakang Pendidikan (*Supporting*)

Admin, Driver : Minimal SMA/Sederajat (Tergantung dengan posisi)

Jenis status kepegawaian : Kontrak/Tetap

Kontrak Kerja

Kontrak kerja di PT. Textile Division mengacu kepada UUD Cipta Kerja, yang menetapkan bahwa periode kontrak karyawan memiliki batasan maksimal hingga 5 tahun.

Struktur Gaji

Berikut adalah gambaran lengkap mengenai struktur salary yang diterapkan di PT Gistex. Struktur ini mencakup berbagai elemen sebagai berikut

- a. Gaji Pokok
- b. Tunjangan Jabatan
- c. Premi Hadir
- d. Tunjangan BPJS Kesehatan dan BPJS Ketenagakerjaan
- e. Tunjangan Insentif : THR
- f. Kompensasi Kontrak

Selain struktur gaji diatas, berikut merupakan bantuan yang diberikan PT Gistex Textile Division kepada para karyawannya.

- a. Kacamata
- b. Pernikahan
- c. Kelahira
- d. Duka Cita
- e. Koperasi (Menabung, Pinjaman, Belanja)

Berikut adalah data mengenai jumlah karyawan yang bekerja di divisi Sales Online beserta tingkat pendidikan yang telah mereka tempuh.

TABEL 1. 1
JABATAN DAN TINGKATAN PENDIDIKAN PEGAWAI DI BAGIAN
MARKETING

JABATAN	JUMLAH KARYAWAN	PENDIDIKAN
<i>Online Sales & Digital Marketing Leader</i>	1	S1
<i>Sales & Advertiser</i>	1	S1
<i>Sales</i>	1	S1
Total	3	