



ANALISIS SISTEM PENJUALAN PRODUK PADA PT. EIGERINDO

MULTI PROUDK INDUSTRI BANDUNG

LAPORAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Akademik

Pada Program Studi Teknik Informatika

DISUSUN

OLEH KELOMPOK A4

Nama Ketua	: Dini Martari Ningsih	(09.142.243)
Anggota	: Dara Perdana	(09.142.168)
	KGS. Ridwan Firly. F	(09.142.048)
	Niko Juniarsah	(09.142.155)
	Suryadi	(09.142.231)
	Yudha Reza Kurniawan	(09.142.047)

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA

FAKULTAS ILMU KOMPUTER

UNIVERSITAS BINA DARMA

PALEMBANG

2012

LEMBAR PENGESAHAN

Kelompok A4

Nama Ketua	: Dini Martari Ningsih	(09.142.243)
Anggota	: Dara Perdana	(09.142.236)
	: KGS. Ridwan Firly. F	(09.142.015)
	: Niko Juniarsah	(09.142.152)
	: Suryadi	(09.142.086)
	: Yudha Reza Kurniawan	(09.142.204)

Fakultas	: Ilmu Komputer
Program Studi	: Teknik Informatika
Pembimbing I	: Nyimas sopiah, M.M, M.Kom
Judul	: Analisis Sistem Penjualan Produk Pada PT. Eigerindo Multi Produk Industri

Pembimbing I

Pembimbing II

Nyimas Sopiah, M.M, M.Kom

Megawaty M.kom

Mengetahui,
Palembang, Maret 2012
Fakultas Ilmu Komputer
Universitas Bina Darma
Program Studi Teknik Informatika
Ketua,

Syahril Rizal, S.T., M.M., M.Kom

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Praktek Kerja Lapangan yang berjudul “**Analisis Sistem Penjualan Produk PT. Eigerindo Multiproduk Industri**” Adapun tujuan penulis Praktek Kerja Lapangan ini adalah untuk memenuhi sebagai dari persyaratan untuk program studi Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer Universitas Bina Darma Palembang.

Dalam penyusunan Praktek Kerja Laporan ini penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca sehingga dapat dijadikan bahan masukan bagi penulis untuk tugas-tugas yang akan datang.

Dengan selesainya Laporan Praktek Kerja Lapangan ini, tidak lupa penulis ucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penulisan Laporan Praktek Kerja Lapangan, khususnya kepada :

- 1) Prof.Ir.H. Buchori Rachman, M.Sc., selaku Rektor Universitas Bina Darma.
- 2) M. Izman Herdiansyah, ST., MM., Ph.D, selaku Dekan Ilmu Komputer Universitas Bina Darma.
- 3) Syahril Rizal, ST., MM., M.Kom selaku Ketua Program Studi Teknik Informatika Universitas Bina Darma.
- 4) Nyimas sopiah M.M, M.Kom selaku pembimbing I.
- 5) Megawaty M.Kom selaku pembimbing II.

- 6) Seluruh staff karyawan/Karyawati di PT Eigerindo Multi Produk Industri Bandung.
- 7) Kedua Orangtua dan keluarga Kami yang selalu mendoa'kan keberhasilan Kami.
- 8) Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komputer Universitas Bina Darma yang telah memberikan Ilmu Pengetahuan dan Bimbingannya.
- 9) Seluruh temen - temen di Universitas Bina Darma Palembang.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak dalam penyusun Praktek Kerja Lapangan ini.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dan Praktek Kerja Lapangan ini dapat bermanfaat bagi semua yang membacanya, Amin.

Palembang, Maret 2012

Penulis

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

1. Pantang menyerah sebelum mencoba.
2. Jangan pernah menganggap sebuah masalah itu musibah.
3. Contohlah seperti lilin, rela mencair demi penerangan.

Kami Persembahkan Kepada :

1. Kedua orang tua kami yang tercinta.
2. Seluruh keluarga yang kami sayangi.
3. Teman-teman yang senantiasa membantu kami moral maupun material.
4. Almamater kami yang senantiasa mendampingi kami selama kuliah

Abstrak

Penelitian yang berjudul “anlisis sistem penjualan produk di PT Eigerindo multiproduk industri” yang membahas mengenai permasalahan kurangnya pemasaran di PT Eigerindo yang memiliki tujuan penelitian, yaitu untuk meningkatkan penjualan produk-produk PT Eigerindo dikarenakan belum adanya sistem penjualan. PT Eigerindo memiliki kelebihan yaitu memiliki 14 *showroom* dan 81 *outlet* yang tersebar di seluruh kota-kota besar di Indonesia dan kekurangannya adalah tidak ada sistem pembelian secara online. Tinjauan Pustaka terdapat pada penelitian adalah sebagai berikut: Analisis sistem, karakteristik sistem yang terdiri dari komponen sistem, batas sistem, lingkungan luar sistem, penghubung, masukan, keluaran, pengolah, dan sasaran atau tujuan, memiliki langkah-langkah sebagai berikut, menciptakan kesadaran, meningkatkan ketarikan konsumen, dan mengubah rasa ingin tahu menjadi keinginan. Kesimpulan, kurangnya tingkat penjualan produk PT Eigerindo dikarenakan kurangnya pengetahuan konsumen terhadap produk yang asli dan yang palsu dan sarannya mengatasi hambatan yang terjadi pada PT Eigerindo yaitu dengan meningkatkan mutu serta kualitas produk.

Kata kunci: anlisis sistem penjualan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	3
1.5. Ruang Lingkup Kegiatan.....	3
1.5.1. Lokasi Kerja Praktek Lapangan	3
1.5.2. Waktu Praktek Kerja Lapangan	4
1.6. Sistematika Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Analisis	6
2.2. Pengertian Sistem	6
2.3. Karakteristik Sistem	7
2.4. Klasifikasi Sistem	9
2.5. Pengertian Penjualan	11
2.6. Pengertian Sistem Penjualan	12
BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	12
3.1. Sejarah Singkat Perusahaan	12
3.2. Visi dan Misi Perusahaan	13
3.3. Logo Pada PT. Eigerindo Multi Produk Industri	13
3.4. Struktur Organisasi	14
3.4.1 <i>General Manager</i>	15
3.4.2 <i>Staff Administrasi</i>	16
3.4.3 <i>Marketing Communication</i>	18
3.4.4 <i>Bussines Retail</i>	21
3.5. Aspek Kegiatan Perusahaan	24
BAB IV HASIL dan PEMBAHASAN	25
4.1. Prosedur Penjualan Produk PT. Eigrindo Multi Produk.....	25
4.2.1 Hambatan-hambatan dalam penjualan Produk di PT. Eigerindo	28
4.3. Kelebihan dan Kekurangan	28
4.3.1 Kelebihan	28
4.3.2 Kekurangan	28
4.4. solusi dari pemecahan masalah dari penelitian.....	29

BAB V KESIMPULAN dan SARAN	31
5.1 Kesimpulan.....	31
5.2 Saran	31

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN**

Daftar Gambar

Gambar 1: Logo Eiger Adventure

Gambar 2: Struktur organisasi PT Eigerindo Multiproduk

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini perubahan-perubahan mendasar di lingkungan global, regional, maupun nasional bergerak begitu cepat. Saat ini informasi memegang peranan penting dalam dunia teknologi yang sekarang terus berkembang. Perkembangan teknologi tersebut mencakup berbagai bidang kehidupan termasuk dunia penjualan.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membawa perubahan dalam berbagai sektor, termasuk juga sektor industri. Pada saat ini banyak perusahaan yang menggunakan teknologi informasi sebagai sarana utama untuk menunjang dan meningkatkan layanan dan operasional, salah satunya adalah dengan digunakannya sistem informasi dalam kegiatan pemasaran produk.

PT Eigerindo Multiproduk Industri merupakan salah satu perusahaan penyedia produk (barang) kebutuhan masyarakat dengan segala nilai tambahnya. PT Eigerindo memproduksi produk (barang) seperti tas, topi, sandal, sepatu, baju, aksesoris. Sebagai perusahaan penyedia produk (barang) bagi masyarakat produk PT Eigerindo dituntut supaya lebih aktif dalam penjualan dan mempromosikan produk-produknya.

Di tengah persaingan dunia usaha yang semakin ketat seperti sekarang maka setiap perusahaan harus kreatif dan inovatif dalam memproduksi barang-barang yang akan dipasarkan kepada masyarakat. Selain dituntut untuk kreatif dan inovatif perusahaan juga dituntut lebih dalam untuk kegiatan penjualan. Kegiatan

penjualan di PT Eigerindo dengan cara memasok produk ke outlet-outlet resmi PT Eigerindo yang ada di pelosok negeri ataupun luar negeri. Guna melancarkan kegiatan penjualan karyawan harus cepat dan pintar mempromosikan produk-produk PT Eigerindo agar produk-produk tersebut dapat dikenal pangsa pasar di dalam negeri ataupun luar negeri. Di luar negeri PT Eigerindo *memiliki export market* seperti ke Negara Brunei, Malaysia, Germany dan Singapore.

PT Eigerindo Multiproduk Industri banyak melakukan kegiatan promosinya diantaranya dengan membuat iklan di internet, membuat brosur, dan menyebarkannya ke tempat seperti di *Mall*, Universitas, dan beberapa tempat keramaian lainnya. Proses penjualan pada PT Eigerindo Multiproduk Industri menggunakan sistem penjualan secara langsung dengan mendistribusikan Produk-produknya ke *showroom* di berbagai kota.

Namun kendala yang dialami PT Eigerido dari segi pemasarannya masih kurang dikarenakan masih banyaknya konsumen yang kesulitan membedakan produk Eiger yang asli dan yang palsu . Maka dari itu penulis mencoba mengkaji lebih dalam hal tersebut melalui laporan yang berjudul **“Analisis Sistem Penjualan Produk PT Eigerindo Multi Produk Industri”**

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang penulis angkat dalam penulisan laporan Praktek Kerja Lapangan adalah “Bagaimana Membedakan produk eiger yang asli dan yang palsu ?”.

1.3 Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari Praktek Kerja Lapangan ini antara lain adalah Menganalisis sistem penjualan produk di PT Eigerindo Multiproduk Industri.

1.4 Manfaat penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan tujuan penulisan di atas, maka penulisan laporan ini diharapkan mampu memberikan suatu kontribusi kepada mahasiswa khususnya di Bina Darma Palembang agar dapat mengetahui sistem penjualan produk di PT Eigerindo Multiproduk Industri.

Adapun manfaat yang didapat dalam melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini antara lain

- a. Untuk mengetahui sistem penjualan pada PT Eigerindo.
- b. Mengembangkan kualitas diri dan keilmuan serta menambah pengalaman mengenai dunia kerja yang sebenarnya.
- c. Mengidentifikasi masalah yang terjadi di perusahaan dan memberi masukan dan solusi.
- d. Sebagai referensi bagi angkatan yang akan datang dalam memilih tempat kerja praktek.

1.5 Ruang Lingkup Kegiatan

1.5.1 Lokasi Praktek Kerja Lapangan

Praktek Kerja Lapangan dilakukan di PT Eigerindo Multiproduk Industri Jln.Raya Soreang NO.90 A KM 11.5 Desa Cilampeni Kec. Katapang Bandung – Indonesia 40971.

1.5.2 Waktu Praktek Kerja Lapangan

Praktek Kerja Lapangan dilakukan pada hari selasa tanggal 31 januari 2012 dimulai dari pukul 08.30 s/d 12.00 WIB.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan ini akan menjelaskan mengenai uraian secara singkat isi tiap-tiap bab dalam laporan praktek kerja lapangan adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang dilaksanakannya analisis, masalah yang ingin diselesaikan, yang tertuang di dalam rumusan masalah. Kemudian tujuan penelitian, serta manfaat yang akan diperoleh melalui analisis yang dilakukan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan pengertian dengan memberikan landasan pemikiran yang berisi teori-teori mengenai hasil analisa berdasarkan kondisi *real* yang terjadi pada perusahaan yang bersangkutan.

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menguraikan tentang sejarah perusahaan, Struktur Organisasi, Tugas, dan Tanggung jawab.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil dan pembahasan mengenai solusi dan hambatan pemecahan kendala penjualan produk di PT Eigerindo Multi Produk Industri.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan kesimpulan-kesimpulan dari pembahasan bab-bab diatas dan kemudian diajukan dengan saran-saran

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Analisis

menurut Syahrul dan Mohammad Afdi Nizar (2006;48) yang dimaksud mengalisi adalah : “Melakukan evaluasi terhadap kondisi dari pos-pos atau ayat-ayat memungkinkan tentang perbedaan yang muncul. Misal, seorang pemeriksa (auditor) akan melakukan analisa perkiraan pengeluaran untuk menentukan apakah pengeluaran telah dibebankan terhadap pos yang tepat, yang diuji/diverifikasi dengan dokumen. Contoh lainnya, penilaian kesehatan keuangan suatu perusahaan dengan melakukan analisis laporan keuangannya sebagai dasar pengambilan keputusan investasi atau kredit.”

Berdasarkan pengertian di atas penusi menyimpulkan bahwa analisis merupakan kegiatan memperhatikan, mengamati, dan memecahkan sesuatu (mencari jalan keluar) yang dilakukan seseorang. Analisis secara harfiah adalah kajian yang dilaksanakan terhadap sebuah bahasa guna meneliti struktur bahasa tersebut secara mendalam. Sedangkan pada kegiatan laboratorium, kata analisa atau analisis dapat juga berarti kegiatan yang dilakukan di laboratorium untuk memeriksa kandungan suatu zat dalam cuplikan.

2.2 Pengertian Sistem

Pengertian Sistem menurut Jogiyanto dalam bukunya yang berjudul Analisis dan Desain mengatakan bahwa: “Sistem Adalah kumpulan dari elemen-elemen yang berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan tertentu”. (2005:2).

Menurut Richad F. Neuschel dalam buku Jogiyanto(2005:1) “Sistem adalah urutan-urutan operasi kleati 6 tulis menulis), biasanya melibatkan beberapa orang didalam satu atau lebih departemen, yang diterapkan untuk menjamin penanganan yang seragam dari transaksi bisnis yang terjadi”.

Konsep sistem ini meliputi sebagai berikut :

- 1) Sistem memiliki perilaku yang unik.
- 2) Setiap komponen memiliki kontribusi dan berpengaruh terhadap sistem.
- 3) Sistem memilik lingkungan yang menyediakan input dan menerima output
- 4) Komponen system tidak harus berupa fisik.
- 5) Dapat berupa informasi, variabel numeric dan hubungan antara abstark dan fisik.

Berdasarkan pernyataan di atas penulis dapat menyimpulkan, bahwa sistem adalah gabungan dari dua atau lebih komponen dengan sifat-sifat tertentu yang saling berkaitan dan berinteraksi antara satu dengan yang lainnya sehingga membentuk satu kesatuan guna mencapai suatu tujuan tertentu.

2.3 Karakteristik Sistem

Menurut Jogiyanto Hartono (2005 : 1) Suatu sistem mempunyai karakteristik atau sifat-sifat tertentu, yaitu mempunyai komponen-komponen

(components), batas sistem (boundary), lingkungan luar sistem (environment), penghubung (interface), masukan (input), keluaran (output), pengolah (proses), dan sasaran (objective) atau tujuan (goal). dari sistem itu sendiri, dimana karakteristik atau sifat-sifat sistem seperti berikut :

1) Komponen Sistem

Suatu sistem terdiri dari sejumlah komponen yang saling berinteraksi, artinya saling bekerja sama membentuk satu kesatuan. Komponen-komponen sistem atau elemen-elemen sistem dapat berupa suatu subsistem atau bagian dari sistem. Suatu sistem dapat mempunyai suatu sistem yang lebih besar yang disebut supra system.

2) Batas Sistem (*Boundary*)

Batas sistem merupakan daerah yang membatasi antara suatu sistem dengan sistem yang lainnya atau dengan lingkungan luarnya. Batas system ini memungkinkan suatu sistem dipandang sebagai satu kesatuan. Batas suatu sistem menunjukkan ruang lingkup (scope) dari sistem tersebut.

3) Lingkungan Luar Sistem (*environment*)

Lingkungan luar dari suatu sistem adalah apapun diluar batas dari sistem yang mempengaruhi operasi sistem. Lingkungan luar sistem yang bersifat menguntungkan merupakan energi dari sistem sehingga harus tetap dijaga dan dipelihara. Sedangkan lingkungan luar sistem yang bersifat merugikan harus ditahan dan dikendalikan, agar tidak mengganggu kelangsungan hidup dari sistem.

4) Penghubung Sistem (*Interface*)

Penghubung sistem merupakan media penghubung yang memungkinkan sumber-sumber daya mengalir dari satu subsistem ke subsistem yang lainnya. Keluaran (output) dari satu subsistem akan menjadi masukan (input) untuk subsistem yang lainnya dengan melalui penghubung. Dengan penghubung satu subsistem dapat berintegrasi dengan subsistem yang lainnya membentuk satu kesatuan.

5) Masukan Sistem (*Input*)

Masukan (Input) merupakan energi yang dimasukkan ke dalam sistem, dapat berupa masukan perawatan (maintenance input) dan masukan sinyal (signal input). Maintenance input adalah energi yang dimasukkan supaya sistem tersebut dapat beroperasi. Signal input adalah energi yang diproses untuk didapatkan keluaran.

6) Keluaran Sistem (*Output*)

Keluaran (Output) merupakan hasil dari energi yang diolah dan diklasifikasikan menjadi keluaran yang berguna dan sisa pembuangan. Keluaran dapat merupakan masukan untuk subsistem yang lain atau pada supra sistem.

7) Pengolah Sistem (*process*)

Suatu sistem dapat mempunyai suatu bagian pengolah atau syitem itu sendiri sebagai pengolahnya. Pengolahan yang akan merubah masukan menjadi keluaran.

8) Sasaran Sistem (*Objectives*)

Suatu sistem pasti mempunyai tujuan (goal) atau sasaran (objective). Sasaran dari sistem sangat menentukan sekali masukan yang dibutuhkan sistem dan keluaran yang akan dihasilkan sistem. Suatu sistem dikatakan berhasil bila mengenai sasaran atau tujuannya.

2.4 Klasifikasi Sistem

Menurut Jogiyanto (2005:6) sistem dapat diklasifikasikan dari beberapa sudut pandangan, diantaranya adalah sebagai berikut :

- 1) Sistem diklasifikasikan berdasarkan sebagai sistem abstrak (*abstract system*) dan sistem fisik (*physical system*).

Sistem abstrak adalah sistem yang berupa pemikiran atau ide-ide yang tidak nampak, misalnya sistem teologi. Sistem fisik adalah sistem yang ada secara fisik misalnya sistem komputer.

- 2) Sistem diklasifikasikan sebagai sistem alamiah (*natural system*) dan system buatan manusia.

Sistem alamiah adalah sistem yang terjadi melalui proses alam dan tidak di buat manusia. Misalnya sistem perputaran bumi. Sistem buatan manusia adalah sistem yang di rancang oleh manusia yang melibatkan interaksi manusia dengan mesin yang disebut dengan human-machine system atau *manmachine system*.

- 3) Sistem diklasifikasikan sebagai sistem tertentu (*deterministic system*) dan sistem tak tentu (*probabilistic system*).

Sistem tertentu beroperasi dengan tingkah laku yang sudah dapat diprediksi. Interaksi diantara bagian-bagiannya didekteksi dengan pasti, sehingga

keluaran dari sistem dapat diramalkan. Misalnya sistem pada komputer. Sistem tak tentu adalah sistem yang kondisi masa depannya tidak dapat diprediksikan karena mengandung unsur probabilitas.

- 4) Sistem diklasifikasikan sebagai sistem tertutup (*closed system*) dan sistem terbuka (*open system*).

Sistem tertutup adalah sistem yang tidak berhubungan dan tidak terpengaruh dengan lingkungan luarnya. Sistem ini bekerja secara otomatis tanpa adanya turut campur tangan dari pihak luarnya. Secara teoritis sistem tertutup ini ada, tetapi kenyataannya tidak ada sistem yang benar-benar tertutup, yang ada hanyalah *relatively closed system* (secara relatif tertutup, tidak benar-benar tertutup). Sistem terbuka adalah sistem yang berhubungan dan terpengaruh dengan lingkungan luar atau subsistem yang lainnya. Karena sistem sifatnya terbuka dan terpengaruh oleh lingkungan luarnya, maka suatu sistem harus mempunyai suatu sistem pengendalian yang baik. Sistem yang baik harus dirancang sedemikian rupa, sehingga secara relatif tertutup karena sistem tertutup akan secara otomatis dan terbuka hanya untuk pengaruh yang baik.

2.5. Pengertian Penjualan

Menurut Swastha M.B.A. (2009:8-10). Penjualan sebagai ilmu dan sebagai seni. Pada pokoknya, istilah penjualan sama dengan menjual. Menjual dapat diartikan sebagai berikut: Menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan.

Konsep penjualannya adalah gagasan bahwa konsumen tidak akan melakukan membeli cukup banyak produk perusahaan kecuali jika perusahaan tersebut usaha penjualan dan promosi dalam skala besar.

2.6 Sistem penjualan

”Menurut West Churman, sebuah sistem dapat didefinisikan sebagai serangkaian komponen yang dikoordinasikan untuk mencapai serangkaian tujuan” (Krisniaji, 2002, 1). Sedangkan pengertian penjualan (sale) dalam buku Ensiklopedia Ekonomi, Keuangan dan Perdagangan adalah ”suatu kontrak atau perjanjian antara dua pihak, masing-masing dikenal sebagai penjual, dan pembeli, yang mewajibkan pihak yang pertama itu untuk, atas pertimbangan akan suatu pembayaran, atau suatu janji akan pembayaran sejumlah harga dalam uang tertentu, memindahkan kepada pihak yang terakhir hak dan kepemilikan harta benda” (A. Abdurrachman, 2001 : 939).

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa sistem penjualan adalah suatu sistem yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk menjual atau memasarkan barang dagangan kepada konsumen.

BAB III

KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Eiger *The Real Adventure Company* didirikan pada tahun 1993 dengan nama PT. Eigerindo Multi Produk Industri, di Jl. Cihampelas No. 22 Bandung. Dimulai dengan sarana yang terbatas, Eiger memulai usahanya dengan memproduksi dan menjual tas di tempat yang sama.

Eiger *Adventure Store* berdiri di Jl. Cihampelas No. 22 Bandung pertama pada tahun 1994. Menandai berdirinya EAS pertama ini, didirikanlah juga sebuah *wall climbing* yang dapat digunakan oleh komunitas pencinta alam untuk berlatih sebagai tanda kepedulian Eiger terhadap konsumennya yang sebagian besar berasal dari komunitas pencinta alam. Di tahun ini pula, Eiger pertama kali mendapatkan kepercayaan dari Gramedia sebagai *partner* usaha dalam pendistribusian produknya. Gramedia Merdeka Bandung merupakan gerai Gramedia pertama yang menandai jalinan kerjasama antara Eiger dengan Gramedia. Saluran distribusi Eiger untuk pertama kalinya berhasil menembus pasar Bali di tahun ini.

Pada tahun 1996, perusahaan merelokasikan usahanya ke Jl. Cendana No. 15 yang berfungsi sebagai kantor dan *showroom*, sedangkan tempat usaha Jl. Cihampelas menjadi *showroom* saja. *Eiger Adventure News* (EAN) pertama kali diterbitkan sebagai bulletin dua bulanan yang menjadi wadah informasi bagi komunitas pencinta alam. EAN berisi informasi seputar dunia *adventure*.

3.2 Visi dan Misi Perusahaan

3.2.1 Visi Perusahaan

Menjadi perusahaan *retail* dalam bidang *tropical adventure business* di Asean yang diberkati dan memberkati.

3.2.2 Misi Perusahaan

- a. Sumber daya manusia yang memiliki karakter dengan nilai B&B inc.
- b. Memiliki struktur keuangan yang kuat dan mandiri.
- c. Mengembangkan *tropical adventure business* di bidang *technical, traveling* dan *life style* sesuai dengan kondisi alam dan sosial di iklim tropis.
- d. Peningkatan kesejahteraan jasmani dan rohani karyawan yang berkesinambung sesuai dengan perkembangan perusahaan.

3.3 Logo pada PT Eigerindo Multi Produk Industri

Logo PT Eigerindo Multi Produk Industri terinspirasi dari sebuah gunung yang berada di Negara Switsherland yang bernama gunung Eiger yang memiliki ketinggian 3970 M diatas permukaan laut. Logo pada PT Eigerindo Multi Produk Industri terus mengalami perubahan, dimulai dengan logo bulat dan terdapat segitiga berwarna biru yang digambarkan sebagai gunung Eiger yang berada ditengah logo dan terdapat pula tulisan *outdoor equipment*, dan kemudian tulisan tersebut mengalami perubahan menjadi *adventure equipment* dengan masih menggunakan logo lama berbentuk bulat, yang kemudian berubah menjadi lebih *elips*. Dan akhirnya lebih dipertajam kembali dengan tulisan *the real adventure*

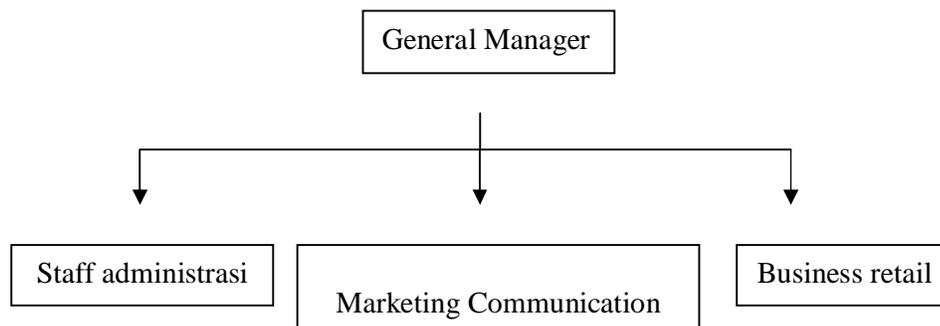
gear dengan tampilan logo *elips* berwarna merah dan lambing gunung Eiger yang di wakili oleh segitiga warna biru yang lebih sempurna dan tulisan lebih tegas.

Dengan adanya perubahan posisi bentuk logo dan tulisan menggambarkan bahwa PT Eiger multi produk industri memiliki semangat dalam dunia petualangan.



Gambar 1. Logo Eiger Adventure

3.4 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2. Struktur organisasi PT. Eigerindo Multiproduk Industri

3.4.1 *General Manager*

Tanggung jawab

Kelancaran jalannya tujuan usaha perusahaan.

Tugas-tugas berkaitan dengan:

- 1) Memimpin perusahaan
- 2) Mengawasi berjalannya perusahaan agar mencapai tujuannya.
- 3) Menyurvei penjualan produk-produknya di luar.
- 4) Mengadakan pertemuan dengan pihak luar mengenai pemesanan produk sampai dengan perjanjian penjualan.

3.4.2 Staff Administrasi

Tanggung Jawab :

Kelancaran dan keakuratan data penjualan dan data tagihan.

Tugas-tugas berkaitan dengan :

A. DATA PENJUALAN

- 1) Melakukan proses terhadap LPH yang dikirim oleh Wiga dalam bentuk email atau fax, dan mengejar agar seluruh data (minimal hingga H-2) dapat diterima.
- 2) Mencatat dan memeriksa status data penjualan mana yang sudah masuk dan mana yang belum agar memudahkan untuk menindaklanjuti kekurangannya.
- 3) *Menginput* data penjualan setiap hari dengan teliti benar dan tepat.
- 4) Melakukan penagihan dan menindak lanjuti pengiriman data penjualan harian dari Wiga jika ada keterlambatan.
- 5) Segera melaporkan masalah normal (misalnya gangguan teknis penginputan / komputer, keterlambatan data) kepada *Supervisor Adm* untuk ditindak lanjuti.

B. CEK HASIL *INPUT*

- 1) Mengecek *output* proses data LPH dengan dokumen asli yang dikirim Wiga meliputi artikel, harga, *quantity*, dan *discount* tambahan atau *discount* tetap.
- 2) Memeriksa ulang setiap data yang sudah diinput agar tidak terjadi kesalahan
- 3) Melakukan *cross check* dengan Wiga jika menemukan selisih antara harga jual di faktur dengan data komputer.
- 4) Melakukan *cross check* 1 kali dalam 1 minggu dengan pihak *showroom*.

C. LAPORAN

- 1) Membuat laporan akhir bulan berbentuk faktur penjualan untuk diserahkan kepada *Supervisor Adm.* setelah dicek dengan laporan tagihan dari masing-masing counter.
- 2) Merekap tagihan dari Gramedia, Gunung Agung, Rumah Matahari per periode.
- 3) Mendistribusikan salinan faktur konsinyasi ke tiap konter.
- 4) Membuat laporan penjualan dan tagihan *counter* dan *showroom*.
- 5) Merekap *retur* konter / *showroom*.
- 6) Membantu *Supervisor Adm.* dalam mempersiapkan seluruh laporan yang berhubungan dengan penjualan (seperti laporan penjualan barang konsinyasi, dll.)

D. ADMINISTRASI DAN PENGARSIPAN

- 1) Menyimpan arsip data penjualan yang sudah dan belum diproses dengan rapi dan sistematis sehingga memudahkan jika suatu saat akan diambil kembali.

- 2) Merekap kebutuhan ATK dan kebutuhan lain seperti Kantong Plastik, *Polybag*, kardus, benang jahit, materi promosi (brosur, POP)dan seluruh kebutuhan *counter / showroom / store*, yang menjadi wilayahnya.
- 3) Mengajukan kebutuhan ATK kepada *Supervisor Admin* untuk dicek dan meminta persetujuan dari *Business Retail Section Chief*.

E. LAIN-LAIN

- 1) Mendistribusi surat –surat atau mengirimkan fax untuk counter baik yang diterima dari *Business Retail* atau *Business Data Analys* (termasuk kenaikan harga , retur, dll.)
- 2) Melakukan kerja sama yang baik dengan departemen *auditor*, pajak, dan *accounting*, untuk menyelesaikan setiap masalah yang ditemukan.
- 3) Mengajukan usul pengembangan metode kerja yang lebih baik dan efisien, kepada *Supervisor Adm*.
- 4) Menciptakan suasana kerja yang kondusif, saling membantu dan memotivasi serta mendukung pencapaian target kerja tim marketing sebagai satu kesatuan.

3.4.3 Marketing Communication

Tanggung Jawab :

- 1) Membuat perencanaan, melaksanakan , dan mengevaluasi hasil kerja seluruh aktivitas yang bertujuan untuk mengkomunikasikan *brand, product*, dan store Eiger sesuai dengan tujuan / visi / misi perusahaan.
- 2) Mendukung pencapaian target sales dengan *budget* promosi yang efisien dan tepat sasaran.

Tugas-tugas berkaitan dengan :

A. PERENCANAAN

- 1) Mencari, mendata, menyeleksi penawaran promosi , menganalisa *cost* dan benefitnya.
- 2) Membuat perencanaan kerja *Marketing Communication* harian, mingguan, dan bulanan, berikut *dead line* dan *lead time* setiap bagian terkait, dengan konsep *Integrated Marketing communication*.
- 3) Mengajukan perencanaan yang sudah dibuat kepada *Marketing Manager*.
- 4) Mencari informasi dan membuat perbandingan mengenai aktivitas dan media promosi yang tepat.
- 5) Mendiskusikan setiap rencana yang dibuat dan disetujui dengan tim terkait (PRD, Supply, East, dll.)
- 6) Mengatur pekerjaan *Mark. Communication staff* agar loading pekerjaan berimbang dan *efisien*.

B. PELAKSANAAN DAN FOLLOW UP

- 1) Melakukan *follow up* untuk setiap pekerjaan yang sudah dibuat perencanaannya.
- 2) Mengontrol *dead line* pencapaian, pengajuan dana, pembuatan materi promosi, agar berjalan tepat waktu.
- 3) Melakukan kerja sama dengan tim terkait (PRD, East, atau *Supply*) untuk menjalankan rencana MC yang disetujui.
- 4) Mendukung penyediaan katalog / informasi produk dan *maintenance* pembuatan Web Site, serta promosi produk.
- 5) Mengkoordinir dan *mengontrol* aktivitas EAC.

- 6) Aktif melakukan koordinasi kegiatan promosi, atau even, sesuai dengan jadwal yang disepakati.
- 7) Menjawab e-mail atau pertanyaan sehubungan dengan keluhan / komplain / atau pertanyaan dari *customer*, dan menginformasikan dengan tim *marketing* yang berhubungan.
- 8) Menindaklanjuti setiap komplain dan bekerja sama dengan tim Marketing terkait untuk penyelesaiannya.
- 9) Mendukung *Business Retail* dalam mempersiapkan promosi toko, khususnya pembukaan toko baru.
- 10) Membuat surat kesepakatan atau perjanjian dengan atlit atau pengaju sponsor
- 11) Mengecek realisasi dari kontraprestasi setiap *even* promosi.
- 12) Melakukan *follow up* setiap pengajuan dana dan pembayaran biaya promosi.

C. EVALUASI

- 1) Menjalin hubungan baik dengan seluruh team EAST, atlet sponsor, instansi pendidikan atau klub pencinta alam, pihak media, dan pihak lain yang berhubungan untuk menciptakan hubungan yang saling menguntungkan untuk jangka panjang.
- 2) Membuat laporan rutin bulanan menyangkut hasil kegiatan dan realisasi anggaran, serta melaporkannya kepada Marketing Manager.
- 3) Memberi masukan produk yang diminta oleh Pembeli kepada Marketing manager, sebagai alternatif untuk menciptakan atau mengembangkan produk.

D. LAIN-LAIN

- 1) Memikirkan dan mengajukan usul sistem kerja yang lebih baik, agar pekerjaan dapat dilakukan lebih cepat dan tepat, serta aktif mengajukan usul pengembangan aktivitas MC yang lebih baik.
- 2) Menciptakan suasana kerja yang kondusif, saling membantu dan memotivasi serta mendukung pencapaian target kerja tim *marketing* sebagai satu kesatuan.

3.4.4 Business Retail

Tanggung Jawab :

- 1) Pencapaian target penjualan non *konsinyasi* untuk area masing-masing yang ditetapkan Perusahaan.
- 2) Kelancaran aktivitas operasional retail di area yang menjadi tanggung jawabnya.
- 3) Pengembangan kinerja masing-masing toko di area ybs.

Tugas-tugas berkaitan dengan :

A. PENGADAAN BARANG

- 1) Membuat detail perencanaan pengadaan barang yang tepat dan mengajukannya kepada BDA sebagai masukan.
- 2) Merealisasikan pelaksanaan *refreshment* barang agar perputaran barang dapat berjalan rutin.
- 3) Mengumpulkan data barang-barang laku jual dan merekapnya dan mengajukannya kepada BR SC untuk dipelajari lebih lanjut.
- 4) Mengajukan kebutuhan barang lain di luar barang yang ada, untuk pengadaan di masa yang akan datang kepada BR SC.

B. PENGELOLAAN SDM RETAIL

- 1) Melakukan penilaian terhadap kemampuan wiga secara berkala.
- 2) Melakukan bimbingan, *training*, pembinaan, dan pemberian motivasi kepada wiga.
- 3) Mengajarkan langsung kiat dan cara wiga serta *supervisor* sehubungan dengan cara melayani *customer*, *product knowledge*.
- 4) Mengusulkan promosi, rotasi, mutasi Wiga kepada BR SC.

C. TOKO DAN COUNTER

- 1) Melakukan koordinasi di lapangan dalam setiap aktivitas. pembukaan, renovasi, penambahan space toko.
- 2) Membuat evaluasi tertulis setiap selesai pengerjaan pembukaan / renovasi toko.
- 3) Membuat rencana kunjungan toko dan counter dan membuat laporan serta masukan hasil kunjungan kepada BR SC.
- 4) Mengusulkan *alternatif* pengembangan toko dan counter dan menyampaikannya kepada BR SC.
- 5) *Mengontrol* dan memberi contoh pelaksanaan pemajangan barang agar setiap barang memiliki daya tarik yang mendukung penjualan.

D. ADMINISTRASI

- 1) Mengecek pengerjaan administrasi tagihan dan laporan yang dibuat oleh Wiga atau *supervisor showroom*.
- 2) Menindaklanjuti setiap kejanggalan selisih barang, dokumen, atau uang yang ditemukan, dan mencari penyebabnya.
- 3) Mengecek pelaksanaan *cross check* mingguan antara barang dengan stok.

E. PENJUALAN DAN RELATIONSHIP

- 1) Menjalin hubungan yang baik dengan *supervisor* toko, *customer* dan pihak *ekstern* terkait sehingga terjalin hubungan yang sinergis dan saling mendukung.
- 2) Menyelesaikan masalah claim atau *complain* baik dari customer, toko atau pihak *ekstern* lainnya, dan melaporkan penyelesaian masalahnya kepada BR SC.
- 3) Menjalin hubungan yang baik dengan lingkungan sekitar toko.
- 4) Mengecek pelaksanaan aktivitas promosi dan pengenalan produk yang sudah direncanakan oleh BR SC, dan memastikan program promosi berjalan sesuai dengan rencana.

F. PENGEMBANGAN

- 1) Mengajukan usulan pembukaan toko baru di wilayah yang baru, yang dinilai berprospek untuk jangka panjang, kepada BR SC.
- 2) Mengajukan usul pembuatan rencana pengembangan komputerisasi dan sistem / prosedur *retail* yang lebih baik sehingga mendukung pengembangan retail yang lebih baik di masa nya.

3.5 Aspek Kegiatan Perusahaan

Kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan tempat penulis melakukan kerja praktek adalah memproduksi peralatan *Adventure*, karena PT. Eigerindo merupakan satu-satunya perusahaan yang memproduksi peralatan untuk pecinta petualangan liar.

Kegiatan *adventure* merupakan kegiatan menantang yang disukai banyak kalangan seperti memanjat gunung dan kegiatan-kegiatan menantang lainnya. Adapun kegiatan lain yang dilakukan PT Eigerindo yaitu menanam benih pohon yang merupakan salah kegiatan pelestarian alam yang bertujuan untuk melestarikan alam Indonesia supaya tertata rapi indah dan bebas pencemaran.

Kegiatan lain nya adalah perecrutan anggota yang bertujuan untuk mencari komunitas pencinta alam dan *adventuring* baik dari dalam negeri ataupun luar negeri sekaligus mempromosikan barang-barang yang di hasilkan oleh PT Eigerindo.

Kegiatan lainnya mendaki gunung yang ada di luar negeri yang bertujuan untuk memperkenalkan produk PT Eigerindo ke luar negeri.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Prosedur Penjualan Produk PT Eigerindo Multi Produk Industri

Prosedur penjualan Yang dilakukan PT Eiger untuk sistem penjualan produk-produknya cukup memuaskan dan sesuai dengan yang direncanakan oleh perusahaan. Peningkatan penjualan produk Eiger dapat dilihat dari permintaan serta pesanan yang terus berdatangan, permintaan dan pesanan ini tidak hanya datang dari pulau Jawa saja. Tetapi juga dari luar pulau Jawa seperti pulau Sumatera, Kalimantan, Sulawesi dan pulau-pulau lain yang ada di Indonesia.

Langkah-langkahnya yang dilakukan PT Eigerindo Multi Produk antara lain :

- 1) Menciptakan kesadaran konsumen terhadap produk PT Eigerindo Multi Produk industry untuk meningkatkan penjualan produk.

Langkah pertama yang dilakukan adalah menciptakan kesadaran akan adanya produk-produk yang berkualitas pada *client-client* potensial yang ditemui. PT Eigerindo selalu menjelaskan tentang produk-produknya kepada konsumennya agar para konsumen paham betul tentang produk-produk yang ditawarkan, tentang pelayanan mutu yang diberikan, dan juga perhatian khusus yang diberikan kepada setiap pelanggan. Hal yang lebih penting yang dilakukan oleh PT Eigerindo berhubungan dengan konsumen adalah dengan cara memberikan brosur-brosur

kecil dan juga iklan-iklan yang diterbitkan merupakan cara yang baik untuk menyampaikan pesan.

2. Meningkatkan ketertarikan konsumen pada PT Eigerindo Multi Produk Industri

PT Eigerindo melakukan promosi penjualannya dengan berbagai cara yang menciptakan ketertarikan dari konsumen seperti melakukan berbagai *event-event* di lapangan yang memunculkan rasa ketertarikan terhadap produk-produk yang dijualnya.

Perlu diketahui PT Eigerindo untuk *brand* Eiger memiliki *product category* yang terdiri atas :

1) *Adventure Technical*

Adventure Technical ini biasa digunakan oleh para teknisi yang bekerja di lapangan ataupun di tempat yang memerlukan keamanan dalam bekerja. Contoh instansi yang menggunakan produk Eiger yang berkaitan dengan *Adventure Technical* adalah Chonoco Philips, Panasonic, dan PT Exxon.

2) *Adventure Travelling*

Adventure Travelling lebih ditujukan kepada para petualang atau pecinta alam. PT Eiger memiliki organisasi yang bernama EAST (*Eiger Adventure Service Team*) sebagai *Public Relation*. *Technical Adventure* yang berhubung dengan 1000 klub pecinta alam seluruh Indonesia, dengan adanya EAST bisa mengetahui apa yang di inginkan konsumen mengenai kelebihan dan kekurangan produk dari PT Eigerindo.

3) *Adventure Lifestyle*

Adventure Lifestyle ditujukan kepada konsumen yang lebih menyukai gaya *Adventure*, tetapi tidak suka naik gunung.

Bodypack sebagai *brand* baru yang juga memiliki *Bodypack category* yaitu, *professional category* yang ditujukan kepada *executive* muda, *casual category* yang sarannya anak-anak kuliah, dan yang terakhir yaitu *camera series* yang digunakan untuk produk-produk *digital*.

3) Mengubah rasa ingin tahu menjadi keinginan untuk memakai produk-produk PT

Eigerindo Multi Produk Industri.

Ketika pelanggan potensial datang dan kemudian memberikan perhatian kepada produk yang dijual PT Eigerindo, maka PT Eigerindo membuat suasana yang meningkatkan gairah untuk membeli produknya salah satu caranya adalah dengan menggunakan daftar untuk memberikan gambaran lengkap akan rangkaian produk yang ada, terangkan produk-produk dan filosofi perusahaan kepada pelanggan yang ada.

Tahun 2012 ini perusahaan juga mengeluarkan sebuah brand baru yang bernama Bodypack. Bodypack ini cenderung merupakan produk *digital case* yang sedang diproduksi, contohnya *casing* ipad. Berbeda dengan Eiger yang penggunaannya lebih ke petualang sesuai dengan istilah yang digunakan Eiger sebagai *The Real Adventure Gear*.

4.2 Hambatan-hambatan dalam Penjualan produk di PT Eigerindo Multi Produk

Hambatan-hambatan dalam penjualan produk yang dilakukan oleh PT Eigerindo yaitu dalam pelaksanaan penjualan produk yang dijalankan oleh PT Eigerindo pasti selalu ada faktor yang menghambat dalam penjualan produk misalnya baru dibukanya *outlet-outlet* di setiap kota. Karena apabila diambil contoh di Palembang saja baru ada satu *outlet* yang terletak di Palembang *Square Mall*. Sehingga bila ditanyakan kepada masyarakat awam mengenai produk-produk PT Eigerindo pastilah jawaban mereka tidak mengetahui produk tersebut. Hambatan lain yaitu kurangnya tanggapan konsumen terhadap produk Eiger karena semakin banyak pesaing dari perusahaan lain yang memproduksi produk yang sama.

4.3 Kelebihan dan kekurangan

4.3.1 Kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh PT Eigerindo MultiProduk Industri menurut hasil penelitian adalah sebagai berikut :

- 1) PT Eigerindo memiliki 14 *showroom* dan 81 *outlet* yang tersebar di seluruh kota-kota besar di Indonesia.
- 2) Memiliki kualitas yang baik karena PT Eigerindo mengutamakan kualitas, walaupun harganya relatif mahal tetapi semua itu terbukti dengan kualitas produk yang sangat baik.

- 3) Produk Eiger memiliki kualitas yang berstandar internasional, sebagian bahan produk Eiger didapat dari *importal material*.

4.3.2 Kekurangan-kekurangan yang dimiliki oleh PT Eigerindo Multi Produk Industri menurut hasil penelitian adalah sebagai berikut :

- 1) Kurangnya promosi dari PT Eigerindo kepada konsumen, karena tidak adanya proses penjualan secara online.
- 2) Tidak adanya sistem pembelian secara online.
- 3) Masih minimnya pengetahuan konsumen untuk membedakan produk asli atau palsu produk Eiger. Untuk membedakan produk asli dan palsu konsumen bisa mengetahuinya tanda hologram yang terdapat di dalam produk Eiger sedangkan yang palsu tidak terdapatnya tanda hologram di dalam produk Eiger.

4.4 Solusi dari pemecahan masalah dari penelitian ini sebagai berikut :

Berdasarkan solusi yang harus dilakukan oleh PT Eiger dalam pemecahan kendala penjualan yaitu sebagai berikut:

- 1) Dengan mengadakan undian berhadiah di acara yang diadakan oleh pihak perusahaan untuk menarik banyak pengunjung yang datang ke acara tersebut.
- 2) Dengan menciptakan differensiasi produk dengan para pesaingnya yang tidak mengesampingkan kualitas produk.

- 3) Penjualan secara *online*, agar mempermudah konsumen untuk membeli produk-produk dari Eiger.
- 4) Seringnya mengadakan promosi ke beberapa tempat, seperti ke universitas, sekolah, *mall*, dan beberapa tempat keramaian lainnya.
- 5) Memberikan informasi kepada konsumen, agar bisa membedakan produk Eiger yang asli dan yang palsu, sehingga menimalisir adanya pemalsuan produk Eiger.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang berjudul “Analisis Sistem Penjualan produk pada PT Eigerindo Multi Produk Industri”, dapat ditarik kesimpulan yaitu :

- 1) Kurangnya tingkat penjualan produk-produk di PT Eigerindo Multi Produk Industri di karenakan kurangnya pengetahuan konsumen terhadap produk yang asli dan yang palsu sehingga membuat konsumen merasa kurang yakin terhadap produk Eiger karena banyaknya pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab dengan memalsukan produk Eiger.
- 2) Sistem online yang terdapat di website PT Eigerindo Multi Produk Industri yang beralamatkan www.eigeradventure.com ternyata menggunakan bahasa asing sehingga orang tidak terlalu tertarik untuk membuka website tersebut.

5.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

- 1) Dalam upaya meningkatkan penjualan produknya PT. Eigerindo Multi Produk Industri tidak hanya dituntut melakukan promosinya saja, tetapi harus ada layanan khusus untuk menerima keluhan-keluhan dari konsumennya, walaupun

PT.Eigerindo sudah mempunyai layanan tersebut tetapi tepatnya terbatas dilokasi tertentu saja, kalau bisa semua toko yang menjual produk eiger mempunyai layanan yang terhubung kepusat yang berada dikota bandung.

- 2) Solusi yang saya kemukakan untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut yaitu dengan meningkatkan mutu serta kualitas produk supaya tidak kalah bersaing dengan produk perusahaan lain.

Daftar Pustaka

<http://dspace.widyatama.ac.id/bitstream/handle/10364/508/bab2.pdf?sequence=6>

(Pengertian dri analisis Menurut Syahrul dan Mohammad Afdi Nizar(2006:48))

[http://id.shvoong.com/writing-and-speaking/2124388-pengertian-sistem-](http://id.shvoong.com/writing-and-speaking/2124388-pengertian-sistem-informasi-menurut-para/)

[informasi-menurut-para/](http://id.shvoong.com/writing-and-speaking/2124388-pengertian-sistem-informasi-menurut-para/) (Pengerian dri sistem Menurut Pengertian Sistem menurut Jogiyanto(2005:2))

<http://f123dynaonnya.wordpress.com/2010/07/11/pengertian-sistem/>

(Pengertian Sistem Menurut Richad F. Neuschel dalam buku Jogiyanto(2005:1)

<http://elib.unikom.ac.id/download.php?id=81760>

(Karakteristik Sistem Menurut Jogiyanto Hartono(2005 : 1))

<http://elib.unikom.ac.id/download.php?id=62708>

(Klasifikasi Menurut Sistem Jogiyanto (2005:6))

<http://elib.unikom.ac.id/download.php?id=84094>

(Pengertian Penjualan Menurut Swastha M.B.A. (2009:8-10))

1. Sorum Eiger di jl cihampelas bandung



2. Penyerahan cinderamata untuk PT. Eigerindo multi produk industri



3. Ruang menjahit karyawan pt.eiger



4. pabrik eiger n bahan body pack



5. Ruang desain pada PT. Eigerindo Multi Produk Industri

