

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Singkat Berdirinya PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA

PT. METRA DIGITAL MEDIA (MD Media) adalah perusahaan yang bergerak dalam *bisnis Media dan Advertising*, MD media memberikan layanan *full service agency*, mulai dari *creative concept, media placement, execution*, sampai *activation*. MD Media memiliki cakupan media berbasis direktori dalam bentuk *printed* dan *online, Media Digital Out of Home* dan *Mobile Advertising*.

PT. METRA DIGITAL MEDIA (MD Media) adalah member of Telkom Group yang merupakan subsidiary PT. TELKOM METRA yang fokus pada bisnis Information, Media, Edutainment (IME). MD Media resmi didirikan pada tanggal 1 Mei 2013 untuk mengembangkan portofolio bisnis Media dan Advertising yang sebelumnya telah dibangun semasa bergabung dengan anak perusahaan TELKOM yang lain yaitu PT.INFOMEDIA NUSANTARA.

MD Media memiliki legacy business yang telah dibangun selama 30 tahun yaitu bisnis direktori dan media. Melalui pengelolaan data direktori yang optimal selama bertahun-tahun telah menjadi kekuatan sekaligus modal awal untuk memasuki bisnis media digital

disamping berbagai upaya pengembangan yang senantiasa dilakukan untuk menjaga kualitas layanan dan menjadi terdepan dikelasnya.

2. Letak Geografis PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA

PT. METRA DIGITAL MEDIA adalah Divisi Perusahaan Periklanan (Area Jawa Timur) yang terletak digedung Graha Pena lantai 1 jalan Ahmad Yani No.88 Surabaya 60231 Jawa Timur.

Adapun letak geografis gedung PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA adalah sebagai berikut :

- a. Terletak didalam ruang perkantoran Graha Pena Jawa Pos.
- b. Sebelah selatan berdekatan dengan gedung DBL Arena dan kampus UBHARA.
- c. Sebelah utara berdekatan dengan KFC
- d. Berhadapan dengan gedung JTV dan diseberang jalannya berhadapan dengan kampus UIN Sunan Ampel Surabaya.⁴⁸

3. Visi dan Misi

Visi: Menjadi Pemimpin Dalam Pasar Digital Media di Regional

Misi: Menjadi King of Digital Media dengan Menyediakan Layanan Digital Advertising Agency, Digital Creative Business, Digital Media Publishing, Digital Directory dan Data Analytic, Printing Solution.

⁴⁸ Observasi di PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA, pada tanggal 3 Maret 2014.

4. Struktur Kepengurusan

PT. METRA DIGITAL MEDIA

Komisaris

Komisaris Utama : Mas'ud Khamid

Komisaris : Henry Subiyakto

Komisaris : Setiyardi

Direksi

Diretur Utama : Ruslan Rustam

Direktur Business Development : Tri Gunadi

Direktur Marketing & Sales : Aziz Sidqi

Direktur Finance & Administration : Budhi Santoso

5. Portofolio Bisnis MD Media

a. Digital Advertising Agency

1) Creative and Production

Media Creative dengan Dedicated Creative team serta Partner yang siap memberikan solusi jasa kreatif.

2) Media Planning and Buying

Layanan pemasangan iklan pada seluruh media cetak, elektronik, digital, outdoor, maupun alternative media seluruh indonesia.

3) Activation

Solusi layanan BTL (Below The Line) berupa activation sebagai brand support.

b. Digital Creative Business --- Digital Solution & Content Service.

Digital Solution

1) Application Solution

2) Web Solution

Merupakan layanan pembuatan website termasuk pembuatan domain, hosting, design, email, dan fitur lainnya seperti : paket tarif, pembuatan web customized, pembuatan desain dan CMS (Content Management System).

3) Social Media activities

Layanan pembuatan strategi digital marketing melalui viral marketing jejaringan sosial media.

4) SEO/SEM

Merupakan layanan solusi terintegrasi agar website / informasi klien dapat lebih mudah ditemukan secara online Search Engine Optimization adalah suatu teknik yang membuat website yang kita miliki dapat dengan mudah ditemukan melalui search engine seperti google.

5) E-mail Blast (jasa pembuatan content website)

Layanan penyediaan konten website (Web Development Services).

c. Digital Media Publishing --- Online, Mobile, DOOH.

Online Service

1) www.yellowpages.co.id

Merupakan situs online pencarian untuk direktori bisnis dengan fitur: Search Box untuk pencarian data, Map (peta), kategori populer, Yellowpages e-Book, Display iklan.

2) www.infojajan.com

Info Jajan.com adalah web-based Portal (Online) yang mengedepankan informasi seputar kuliner, yang diharapkan dapat menjadi referensi kebutuhan masyarakat Indonesia akan tempat makan (direktori) yang lengkap dengan peta (map), jenis atau menu makanan/ minuman, resep, dll.

Mobile Service

1) SMS Broadcast

Layanan pengiriman sms massal ke pelanggan seluler GSM Operator dan Telkom Flexi (CDMA) dengan menggunakan identitas pengirim (sender id) berupa nama (masking) yang terdiri dari huruf atau angka (alphanumeric).

2) SMS & MMS Profiling

Layanan pengiriman SMS massal ke pelanggan Telkomsel dengan profil tertentu. Pelanggan terdiri dari kota, Average Revenue (pemanfaatan pulsa per bulan), jenis kelamin, umur,

pelanggan data, pelanggan berdasarkan produk AS/simPati, dan pengguna Blackberry atau non Blackberry.

3) SMS & MMS LBA (Location Based Advertising)

Layanan pengiriman SMS masal ke pelanggan yang berada di lokasi tertentu.

4) On Device Portal

On-Device Portal atau ODP adalah suatu teknologi aplikasi Mobile, yang digunakan untuk mendistribusikan konten-konten melalui suatu aplikasi portal khusus yang diinstalasikan dalam perangkat ponsel di sisi klien.

Digital Out of Home (DOOH)

Digital Out of Home (DOOH) merupakan layanan jasa penyediaan media promosi dalam bentuk layar LCD yang berada di area publik ataupun area privat yang dapat digunakan untuk menyajikan konten seperti iklan maupun informasi visual lainnya secara menarik dan tepat sasaran.

d. Digital Dir & Data Analytic

e. Printing Solution --- YP & WP, DKMK dan Printing.

1) Yellow Pages

Yellow Pages merupakan buku petunjuk telepon yang berisikan daftar perusahaan pelanggan telepon (bisnis) Telkom yang dikelompokkan berdasarkan klasifikasi usaha dan diurutkan secara alphabetical. Terdiri dari 60 jenis buku Yellow Pages

yang tersebar di seluruh Indonesia dengan 3164 klasifikasi usaha B2B dan B2C.

2) White Pages

White Pages merupakan buku petunjuk telepon yang berisikan daftar nama-nama pelanggan telepon Telkom, baik perumahan maupun bisnis. Terdapat 68 jenis buku White Pages yang tersebar di seluruh Indonesia yang disusun secara alfabetik berdasarkan nama para pelanggan telepon Telkom.

Direktori Khusus dan Media Komunitas

1) Direktori Segmentasi berdasarkan industri

Merupakan media informasi dan media promosi yang segmentasi, fokus pada industri tertentu (spesifik) yang memuat informasi mendalam seperti ulasan tentang industri terkait dan lain sebagainya. Direktori segmentasi by industry yang telah diterbitkan tiap tahunnya adalah Media, Finance, Petroleum, & Gas, Hospital & Health, Pendidikan, Automotive, Property & Interior, Power & Electric.

2) Direktori berdasarkan Hobi (Travelling)

Merupakan direktori hobi/perjalanan (travel Series) bagi wisatawan. Saat ini yang telah diterbitkan adalah YP Pocket Surabaya, Bandung, Medan, Semarang, Bali, Info Mudik, peta Mudik dan yang baru tahun 2011 adalah South Sulawesi Travel Guide.

3) Asosiasi/Internal Perusahaan

Merupakan Direktori Komunitas Asosiasi/Internal Institusi, yaitu: JFCC, UMK Mitra Binaan Telkom, Direktor IA-ITB, dan sebagainya. Buku baru yang penjakannya dimulai di tahun 2011 namun penerbitannya di tahun 2012 adalah Reference Book Digital Creative & ICT Industries atas kerjasama dengan MIKTI (Masyarakat Industri Kreatif Teknologi Informasi dan Komunikasi).

4) Media Komunitas Area

Media pelanggan yang diterbitkan untuk masing-masing area adalah Tabloid Yellow Pages Jakarta, Tabloid Simpang Lima, Free Map Bali & Lombok, Tabloid YP Cirebon.

5) Media pelanggan perusahaan

Media pelanggan yang telah diterbitkan adalah Primetime dan Groovia. Kedua media ini merupakan media pelanggan Telkom.

Printing

1) Digital Printing Service

Layanan percetakan dengan menggunakan teknologi digital yang diwujudkan melalui pendirian gerai “Print+” di Jakarta dengan layanan yang diberikan adalah jasa desain hingga percetakan digital materi pendukung promosi, contoh pembuatan kalender, banner, brosur, flyer, voucher, kartu nama dan sebagainya.

- 2) Pengadaan POS (point of sales) material
(brosur, flyer, spanduk, umbul-umbul, StarterKit,dll)
- 3) Rebranding
(Rebranding Mobil,ganti sticker), Revisual (Billboard, Baliho)
- 4) Pengadaan merchandise & souvenir
- 5) Offsheet printing
(company profile, annual report, kalender, buku cetakan, majalah, dsb)

6. Teknik Distribusi

Visi Distribusi

Menjamin penyampaian BPT WP-PIB YP sesuai jumlah, tuntutan kualitas, tepat waktu dan sasaran serta dapat dikembangkan sebagai sarana promosi, pengendalian biaya dan media pelayanan kepada pelanggan.

Misi Distribusi

Menyiapkan pola distribusi yang mampu bekerja efektif dan efisien, dapat mengakomodasi peningkatan jumlah BPT WP-PIB YP, limitasi waktu pengiriman, tepat sasaran, tuntutan kualitas, tanggap dan responsif untuk memenuhi harapan pelanggan.

Obyektif

- a. Tepat waktu
- b. Tepat sasaran
- c. Tepat jumlah

- d. Berorientasi pelayanan kualitas optimal
- e. Distribusi sebagai ajang promosi produk dan citra perusahaan⁴⁹

B. Penyajian Data

Deskripsi data penelitian berikut adalah hasil dari proses pengumpulan data lapangan yang kemudian disajikan dalam bentuk tulisan deskripsi atas pemaparan secara detail dan mendalam.

Dalam deskripsi data ini, peneliti memaparkan data diantaranya hasil wawancara dengan sejumlah key informan yang telah ditetapkan sebelumnya untuk mengetahui bagaimana strategi distribusi produk buku telepon yang telah dilaksanakan oleh PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA. Dari hasil wawancara dengan key informan maka didapatkan mengenai proses strategi distribusi produk buku telepon di PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA yang meliputi beberapa hal sebagai berikut :

1. Gambaran letak kantor wilayah pendistribusian buku telepon yang ada di Jawa Timur.

PT. METRA DIGITAL MEDIA merupakan sebuah anak perusahaan PT. TELKOM yang bergerak dalam bisnis Media dan *Advertising* yang cukup besar di daerah Surabaya. perusahaan ini mempunyai produk buku telepon yang di dalamnya memuat iklan

⁴⁹ Data Dokumentasi, ibu Dessy Rachmawati bagian Departemen PSDM, Surabaya, 9 Mei 2014.

beberapa perusahaan besar yang ada di Jawa Timur yang mana perusahaan tersebut telah memasang iklan usaha yang dimilikinya.

PT. METRA DIGITAL MEDIA sebagai pencetak buku telepon juga memiliki tugas mendistribusikan dan menyebarkan buku telepon tersebut di wilayah Surabaya dan sekitarnya. Untuk mengetahui tentang letak kantor wilayah dalam pendistribusian buku telepon yang ada di Jawa Timur Ibu Emma Indrawati selaku Junior Officer Autonomy Distribution Regional 2 Departemen Distribusi buku telepon PT. METRA DIGITAL MEDIA berpendapat bahwa :

“Untuk kantor wilayah dalam pendistribusian buku telepon yang ada di Jawa Timur terdapat di dua kota besar yaitu Kantor Wilayah Surabaya dan *Representative Office* Malang”. Untuk Kantor Wilayah Surabaya biasanya mendistribusikan buku telepon di disekitar kota Surabaya misalnya Sidoarjo, Mojokerto, Gresik, Lamongan Kediri dan lebih khususnya mendistribusikan buku telepon di daerah Surabaya. sedangkan untuk Kantor *Representative Office* Malang biasanya hanya mendistribusikan buku telepon di daerah Kota Malang, Pasuruan dan sekitarnya”.⁵⁰

PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA merupakan sebuah kantor wilayah yang merupakan anak cabang dari perusahaan PT. INFOMEDIA NUSANTARA yang ada di Jawa timur. Perusahaan ini mendistribusikan buku telepon yang berasal dari kantor pusat yang ada di Jakarta untuk disebarkan di wilayah Jawa Timur khususnya mendistribusikan buku telepon di wilayah Surabaya. selain kantor

⁵⁰ Hasil Wawancara Ibu Emma Indrawati, Selaku Junior Officer Autonomy Distribution Regional 2 Departemen Distribusi Buku Telepon PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA, pada tanggal 21 April 2014.

wilayah yang ada di Surabaya juga terdapat kantor wilayah lainnya yang diberi nama *Representative Office* yang ada di wilayah Malang yang mendistribusikan buku telepon di wilayah Malang dan sekitarnya.

2. Area pendistribusian buku telepon PT. METRA DIGITAL MEDIA yang ada di Surabaya.

a. Loker Pembayaran Rekening Telfon di Kantor TELKOM

“Bahwasannya Ibu Emma Indrawati selaku Junior Officer Autonomy Distribution Regional 2 Departemen Distribusi buku telepon PT. METRA DIGITAL MEDIA menjelaskan untuk pendistribusian buku telepon dilakukan di Loker-loker Pembayaran Rekening telfon di Kantor TELKOM yang ada di wilayah Surabaya. Untuk pendistribusian buku telepon lewat kantor TELKOM perusahaan menggunakan petugas PDB (Petugas Distribusi Buku), sedangkan untuk tata cara pengambilan buku telepon melalui Kantor TELKOM pelanggan menggunakan Struk Rekening Pembayaran Tagihan telepon rumah yang baru selesai dibayar pada saat di bulan pembagian buku telepon tersebut berlangsung”.⁵¹

Dalam pendistribusian buku telepon yaitu buku *Yellow Pages* dan buku *White Pages* di kantor TELKOM perusahaan menggunakan petugas PDB yang bertugas di masing-masing kantor TELKOM yang ada di wilayah Surabaya. Sedangkan untuk penempatan petugas dalam pendistribusian buku telepon pada tiap-tiap kantor TELKOM biasanya hanya di tempatkan maksimal dua petugas PDB saja. Untuk cara pengambilan buku telepon biasanya menggunakan bukti struk pembayaran tagihan rekening telfon

⁵¹ Hasil Wawancara Ibu Emma Indrawati, Selaku Junior Officer Autonomy Distribution Regional 2 Departemen Distribusi Buku Telepon PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA, pada tanggal 21 April 2014.

rumah yang sudah di bayar oleh pemiliknya pada bulan dimana berlangsungnya pembagian buku telepon tersebut.

Untuk pendistribusian buku telepon di kantor TELKOM biasanya dilaksanakan tiap tahun yang pembagiannya dimulai awal tahun antara bulan Februari, Maret, April dan Mei, Sedangkan untuk jangka waktu pengambilan buku telepon di kantor TELKOM menyesuaikan pada bulan di mulainya pembagian buku telepon tersebut. Untuk pembagian buku telepon biasanya tidak pasti terjadi pada bulan Februari dan terkadang bisa mundur dikarenakan ada keterlambatan proses pengiriman buku dari Jakarta. Untuk memudahkan masyarakat atau pelanggan memperoleh info kapan di mulainya pembagian buku telepon di kantor TELKOM biasanya perusahaan terlebih dahulu menginfokannya lewat radio atau pelanggan bisa menayakan langsung dengan menghubungi kepada Customer Service perusahaan.

Untuk jumlah pengambilan buku telepon di kantor TELKOM biasanya masing-masing pelanggan diberikan jumlah maksimal pengambilan hanya 10 buku telepon saja termasuk buku *Yellow Pages* dan buku *White Pages* masing-masing 10 jumlahnya. Terkadang ada sebagian dari pelanggan yang mengambil buku telepon dengan jumlah pengambilan yang cukup banyak apabila perusahaan tidak membatasi di khawatirkan jumlah buku yang ada pada kantor TELKOM tersebut akan cepat habis. Sedangkan untuk

stok yang terdapat pada kantor TELKOM biasanya dikirim dari gudang.

Apabila terjadi pengambilan buku telepon dalam jumlah yang cukup banyak biasanya petugas PDB menyarankan kepada pelanggan tersebut untuk mengambil buku telepon di gudang saja. Karena stok yang terdapat di gudang lebih banyak dan lebih mencukupi sesuai dengan jumlah permintaan pelanggan.

Ketika petugas PDB menghadapi seorang pelanggan/*customer* yang komplain bahwa pelanggan tersebut melapor kalau namanya tidak tercantum pada buku telepon yaitu pada buku *white Pages*, maka petugas PDB tersebut menyarankan kepada pelanggan tersebut untuk mengisi lembaran formulir perubahan data pelanggan telepon yang ada pada buku *White Pages* tersebut lalu kemudian data tersebut diserahkan kepada petugas PDB atau bisa dikirim langsung ke kantor PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA yang kemudian ditujukan ke bagian departemen *data by post*.

“Jika pelanggan membutuhkan buku telepon *Residence* wilayah selain wilayahnya maka petugas PDB dapat menjelaskan kepada pelanggan bahwa pendistribusiannya sesuai dengan *frepiex number* wilayah. Sedangkan apabila ada pelanggan membutuhkan buku telepon Luar Surabaya maka petugas PDB menjelaskan bahwa buku itu hanya di distribusikan di luar Surabaya sesuai dengan kota dan jika dibutuhkan pelanggan dapat mengambilnya di kantor PT.

METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA dengan mengganti ongkos cetak”.⁵²

Tabel 4.1
Daftar Nama Kantor TELKOM untuk Pendistribusian Buku Telepon di Surabaya

No.	Nama TELKOM	Alamat
1.	TELKOM GARUDA	JL. GARUDA NO 4 SURABAYA
2.	TELKOM PERAK	JL. PERAK TIMUR NO.480
3.	TELKOM BAMBE	JL. RAYA DRIYOREJO NO.2
4.	BNI Graha Pangeran	JL A YANI 286 SURABAYA
5.	GRAHA PENA	Graha Pena 88
6.	TELKOM MANYAR	JL. MANYAR KERTOADI NO. 1 SBY
7.	TELKOM DINOYO	Jl. Dinoyo
8.	TELKOM MERGOYOSO	JL. MERGOYOSO NO 1-3
9.	TELKOM MAYJEN SUNGKONO	JL. MAYJEN SUNGKONO NO. 3
10.	TELKOM TANDES	JL. SUKOMANUNGGAL JAYA BB/01
11.	TELKOM DARMO	JL. KAPUAS 51 SURABAYA
12.	TELKOM KALIANAK	JL. MARGOMULYO NO.44-B3

⁵² Hasil Wawancara Ibu Emma Indrawati, Selaku Junior Officer Autonomy Distribution Regional 2 Departemen Distribusi Buku Telepon PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA, pada tanggal 21 April 2014.

13.	Bank Jatim Dukuh Kupang	JL. Dukuh Kupang
14.	TELKOM RUNGKUT	JL. KENDANGSARI NO. 1- 3
15.	TELKOM KENJERAN	JL KENJERAN NO.635

Sumber: Hasil Pengolahan Data oleh Peneliti dari dokumentasi.

b. Perumahan

“Bapak Hamid Arif selaku Autonomy Distribuion Regional 2 spv Departemen Distribusi Buku Telepon PT. METRA DIGITAL MEDIA mengatakan bahwa pendistribusian buku telepon juga dilakukan di wilayah perumahan yang ada di Surabaya. untuk pemilihan wilayah pendistribusian buku telepon yang dilakukan oleh perusahaan di perumahan dikarenakan mayoritas para penghuni perumahan tersebut merupakan kelas menengah ke atas, dan kebanyakan pula dari mereka merupakan para pemasang iklan di buku telepon”.⁵³

Dalam pendistribusian buku telepon ke wilayah perumahan perusahaan mempunyai target yaitu pendistribusian buku telepon tersebut ditujukan kepada penghuni perumahan tersebut yang mana kebanyakan dari mereka merupakan kalangan menengah ke atas yaitu pebisnis maupun pengusaha. Dan juga kebanyakan dari mereka merupakan para pemasang iklan di buku telepon.

Untuk pendistribusian buku telepon di wilayah perumahan biasanya perusahaan menggunakan mobil promo dengan dua

⁵³ Hasil Wawancara dengan Bapak Ir Hamid Arif, Selaku Autonomy Distribuion Regional 2 spv Departemen Distribusi Buku Telepon PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA pada tanggal 24 April 2014.

personil di dalamnya. Sedangkan untuk mempermudah personil ketika membagikan buku telepon pada tiap-tiap rumah maka perusahaan menggunakan tas agar lebih praktis dan mudah dibawa ketika buku telepon dibagikan.

Sebelum personil membagikan buku telepon tersebut terlebih dahulu mempersiapkannya dengan cara memasukkan terlebih dahulu buku telepon ke dalam tas yang berlogo *Yellow Pages* kemudian baru buku telepon di masukkan ke mobil promo.

Ketika para personil membagikan buku telepon pada tiap-tiap rumah yang ada di perumahan mereka sambil mencatat Nama Perumahan, Nomer dan blok Perumahan. Hal ini dilakukan agar lebih memudahkan perusahaan untuk mendata serta sebagai bahan pelaporan personil kepada perusahaan.

“Dari hasil wawancara ini peneliti mencoba menambahkan dari responden lain yaitu Bapak Supardi selaku Driver mobil promo yang mengatakan bahwa ketika buku telepon di ditribusikan ke wilayah perumahan membuat mereka khususnya para pemasang iklan yang tinggal di perumahan tersebut tidak sia-sia, dikarenakan mereka sebagai para pemasang iklan pun bisa juga memperoleh buku telepon secara langsung”.⁵⁴

⁵⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Supardi, selaku Driver Mobil Promo Perusahaan PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA, pada tanggal 25 April 2014.

Tabel 4.2
 Nama Perumahan dalam pendistribusian buku telepon di
 Surabaya

No.	Nama Perumahan
1.	Perumahan Rungkut Menanggal Harapan
2.	Perumahan Rungkut Barata
3.	Perumahan Widya Kencana
4.	Perumahan Puri Widya Utama
5.	Perumahan Taman Internasional 1
6.	Perumahan Taman Internasional 2
7.	Perumahan Alam Hijau Citraland
8.	Perumahan Green Wood Citraland
9.	Perumahan Taman Gapura Citraland
10.	Perumahan Pantai Mentari
11.	Perumahan Puri Mas
12.	Perumahan Sentra Raya Citraland

Sumber: Hasil Pengolahan Data oleh Peneliti dari dokumentasi.

c. Ruko

“Pendistribusian buku telepon juga dilakukan di dalam area ruko yang ada di Surabaya. pembagian buku telepon dilakukan dengan cara membagikannya kepada para pemilik sekaligus para penjual yang ada pada ruko tersebut. Pembagian Buku Telepon dilakukan di Ruko-ruko bertujuan untuk meratakan pendistribusian buku Telepon kepada masyarakat dan sekaligus digunakan Perusahaan untuk sarana promosi agar para pemilik Ruko tersebut juga

berkenan memasang iklan usahanya di Buku Telepon, biasanya ketika membagikan buku telepon ke tiap-tiap ruko sambil meminta kartu nama pada tiap-tiap ruko tersebut”.⁵⁵

Pendistribusian buku telepon di wilayah ruko merupakan pembagian buku telepon kepada para pedagang dan penjual yang berada di dalam ruko tersebut. Cara pendistribusian buku telepon pada tiap-tiap ruko tersebut perusahaan juga menggunakan armada mobil promo yang mana dengan menggunakan mobil promo tersebut lebih memudahkan perusahaan membawa buku telepon dengan jumlah yang cukup banyak dan lebih efisien.

Namun ketika dalam pembagian buku telepon di dalam area ruko dikarenakan area di dalam ruko tersebut jalannya sempit, sehingga membuat mobil tidak dapat masuk ke dalam area ruko dan mobil hanya bisa diparkir diluar area sehingga membuat personil membagikannya dengan cara berjalan kaki membagikan buku telepon ke tiap-tiap ruko tersebut. Pendistribusian ini dilakukan untuk meratakan penyebaran Buku Telepon di masyarakat sekaligus digunakan untuk promosi perusahaan untuk menjual iklan sekaligus menawarkan kepada pemilik ruko untuk memasang iklan usahanya di Buku Telepon.

Ketika pendistribusian buku telepon berlangsung para personil ketika membagikan buku pada tiap ruko sambil para

⁵⁵ Hasil Wawancara Ibu Emma Indrawati, Selaku Junior Officer Autonomy Distribution Regional 2 Departemen Distribusi Buku Telepon PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA, pada tanggal 21 April 2014.

personil meminta sebuah kartu nama pada pemilik ruko tersebut. hal ini dilakukan karena pada kartu nama tersebut bisa digunakan perusahaan untuk menghubungi nomor telepon yang tertera pada kartu nama tersebut dan perusahaan bisa menawarkan agar para pemilik ruko tersebut berkenan memasang iklan usahanya di buku telepon.

Tabel 4.3
Daftar Nama Ruko-Ruko dalam pendistribusian buku telepon di Surabaya.

No.	Nama Ruko
1.	Ruko area Kembang Jepun
2.	Ruko RMI
3.	Ruko Kedung Doro
4.	Ruko Manyar
5.	Ruko Baliwerti / Kramat Gantung
6.	Ruko Klampis
7.	Ruko Mayjend Sungkono
8.	Ruko Kedungdoro, Tegalsari
9.	Ruko Panjangjiwo
10.	Ruko Darmo Gallery Mayjen Sungkono, Ruko Darmo Park II(Vida), Ruko Rich Palace, Villa Bukit Mas
11.	Ruko Klampis Jaya, Klampir Regency
12.	Ruko HR Muhammad, Darmo Boulevard

13.	Ruko RMI
14.	Ruko Araya
15.	Ruko Mulyosari

Sumber: Hasil Pengolahan Data oleh Peneliti dari dokumentasi.

d. Hotel

Pendistribusian buku telepon juga dilakukan oleh perusahaan di hotel-hotel yang ada di Surabaya. Pendistribusian buku telepon ini dilakukan di hotel dikarenakan para penghuni hotel juga membutuhkan sebuah layanan informasi yang ada di dalam buku telepon tersebut.

“Untuk pemilihan pendistribusian buku telepon di hotel-hotel yang ada di Surabaya perusahaan mempunyai tujuan karena begitu pentingnya buku telepon dibutuhkan di sebuah hotel sebagai media pelayanan informasi pada setiap kamar untuk penghuni hotel”.⁵⁶

Buku telepon di dalam kamar hotel bisa dikatakan sebagai sebuah layanan informasi yang ada di hotel tersebut. Sedangkan untuk pembagian buku telepon di hotel ini sendiri jumlahnya disesuaikan dengan jumlah kamar dan kantor dengan menyesuaikan jumlah line telepon yang terdapat di setiap kamar-kamar dan kantor yang ada di dalam hotel tersebut.

⁵⁶ Hasil Wawancara Ibu Emma Indrawati, Selaku Junior Officer Autonomy Distribution Regional 2 Departemen Distribusi Buku Telepon PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA, pada tanggal 21 April 2014.

Tabel 4.4
Daftar Nama-nama Hotel dalam pendistribusian buku
telepon di Surabaya.

No.	Nama Hotel Pendistribusian Buku Telepon di Surabaya
1.	Hotel Narita
2.	Hotel Somerset
3.	Hotel Tunjungan
4.	Hotel Bumi Surabaya
5.	Hotel Town Square
6.	Hotel JW Mariot
7.	Hotel Delta Sinar
8.	Hotel Alana
9.	Hotel Ibis
10.	Hotel Santika Premier Gubeng
11.	Hotel Suites
12.	Hotel Midtown
13.	Hotel Everbright
14.	Hotel D'Season
15.	Hotel Swiss Belinn
16.	Hotel Tilamas
17.	Hotel Istana Permata Ngagel
18.	Hotel Santika Jemur Sari
19.	Hotel Meritus
20.	Hotel Delta Sinar Mayang

Sumber: Hasil Pengolahan Data oleh Peneliti dari dokumentasi.

e. Bandara

“Untuk penempatan buku telepon di Bandara biasanya diletakkan pada Rak *Standing* yang ada pada Bandara tersebut, dan biasanya jumlah Rak tersebut terbatas sehingga hanya diletakkan buku telepon dalam jumlah terbatas dan hanya terdiri dari buku telepon untuk wilayah kota-kota besar yang ada di Indonesia termasuk wilayah Surabaya khususnya”.⁵⁷

Pendistribusian buku telepon juga dilakukan oleh perusahaan di bandara yang ada di Surabaya yaitu di bandara Juanda. Buku telepon sangat dibutuhkan di sebuah bandara di karenakan banyak wisatawan lokal maupun dari luar kota yang mau mencari informasi baik dalam mencari informasi mengenai letak penginapan maupun rumah makan yang ada di Surabaya. Oleh sebab itu dengan adanya buku telepon di bandara lebih memudahkan masyarakat dalam mencari sebuah layanan informasi yang dibutuhkan.

f. Perusahaan

Pendistribusian buku telepon juga dilakukan diperusahaan-perusahaan yang ada di Surabaya dan biasanya penyebarannya melalui sales perusahaan. pendistribusian buku telepon dilakukan di perusahaan dengan tujuan mendistribusikan buku telepon kepada pelanggan serta sekaligus di pergunakan oleh para sales

⁵⁷ Hasil Wawancara Ibu Emma Indrawati, Selaku Junior Officer Autonomy Distribution Regional 2 Departemen Distribusi Buku Telepon PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA, pada tanggal 21 April 2014.

untuk menawarkan kepada perusahaan agar berkenan memasang iklan perusahaannya di buku telepon.

“Selain buku telepon dibagikan oleh para sales sebagai sarana penawaran iklan, buku telepon dibagikan juga oleh petugas distribusi ke seluruh perusahaan di wilayah industri baik di Surabaya dan di Luar Surabaya. Contoh SIER, PIER, Ngoro Industri dll”.⁵⁸

g. Apartemen

Pendistribusian buku telepon juga dilakukan oleh perusahaan di Apartemen-apartemen yang ada di wilayah Surabaya. Untuk tata cara pendistribusiannya sendiri jumlah buku telepon yang didistribusikan di apartemen disesuaikan dengan jumlah kamar yang terdapat pada apartemen tersebut. jadi pendistribusian buku telepon di apartemen hampir sama dengan cara pendistribusian buku telepon di hotel-hotel.⁵⁹

⁵⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak Ir Hamid Arif, Selaku Autonomy Distribuion Regional 2 spv Departemen Distribusi Buku Telepon PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA pada tanggal 24 April 2014.

⁵⁹ Hasil Wawancara dengan Bapak Ir Hamid Arif , Selaku Autonomy Distribuion Regional 2 spv Departemen Distribusi Buku Telepon PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA, pada tanggal 24 April 2014.

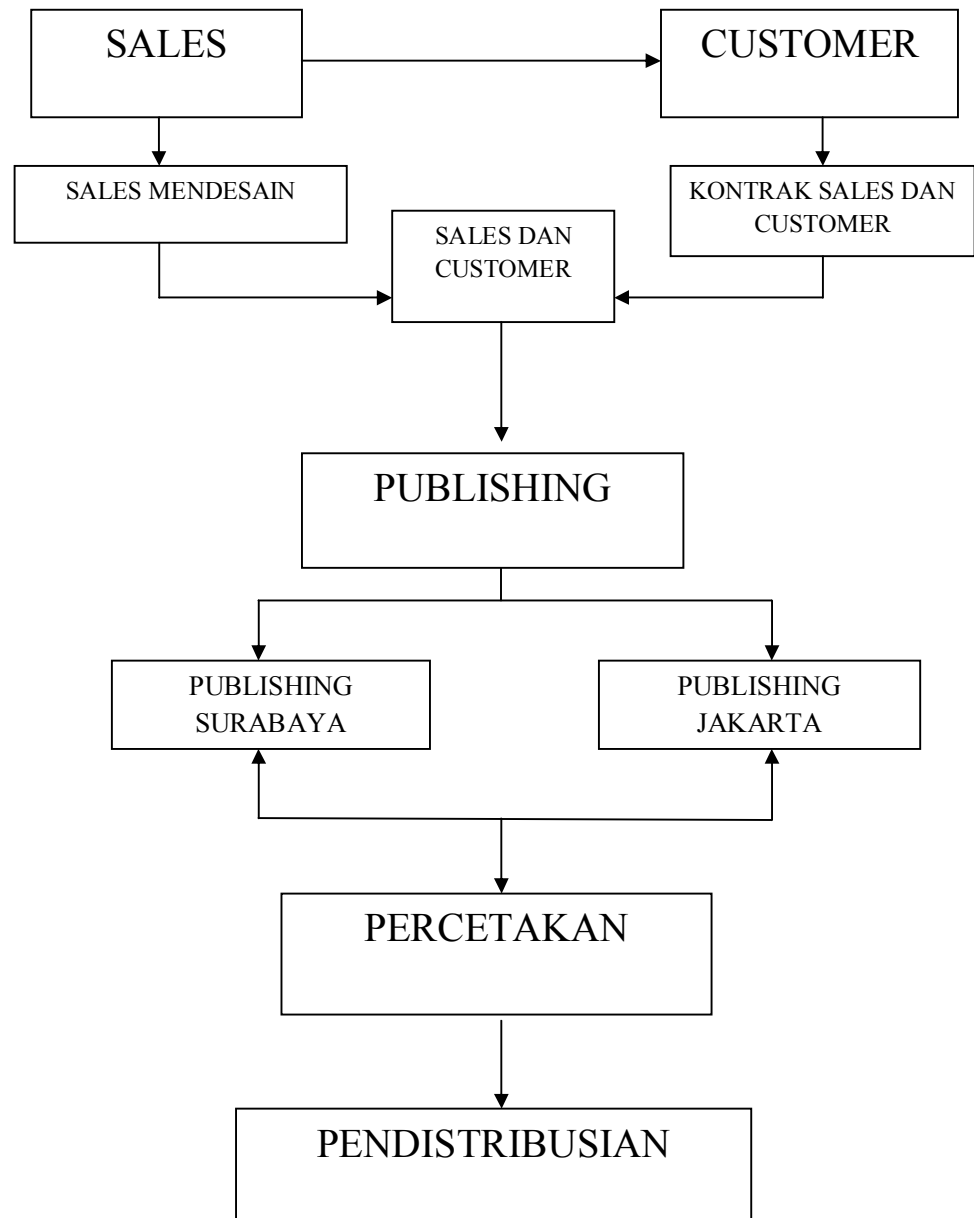
Tabel 4.5
Daftar Nama Apartemen pendistribusian buku telepon di
Surabaya.

No.	Nama Apartemen Pendistribusian Buku Telepon di Surabaya
1.	Apartemen Marina (PT Tridjaya Kartika)
2.	Apartemen Highpoint
3.	Apartemen Puri Darmo
4.	Regensi Kondominium
5.	Apartemen Cito (Aryaduta Residences Sby)
6.	Graha Residence
7.	Puri Matahari
8.	Condominium Graha Family

Sumber: Hasil Pengolahan Data oleh Peneliti dari dokumentasi.

3. Gambaran rantai pendistribusian buku telepon PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA.

Figur 4.1
Rantai Distribusi Buku Telepon⁶⁰



⁶⁰ Sumber Olahan Data dari Proses Wawancara dengan Ibu Emma Indrawati, Selaku Junior Officer Autonomy Distribution Regional 2 Departemen Distribusi Buku Telepon PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA pada tanggal 28 April 2014.

Proses pendistribusian buku telepon berlangsung melalui proses rantai distribusi yang pertama terjadi antara sales dengan customer yang merupakan pelanggan yang akan memasang iklannya di buku telepon, Kemudian sales membuat desain terlebih dahulu kepada customer yaitu desain yang nantinya akan ditampilkan di buku telepon dan biasanya desain disesuaikan dengan permintaan customer tersebut. Lalu kemudian setelah selesai mendesain sales menunjukkan hasilnya kepada customer kemudian apabila customer sudah menyetujui dengan hasil desain yang telah digambarkan dan dibuat maka terjadinya kesepakatan antara sales dengan customer dengan melakukan tanda tangan kontrak untuk memasang iklannya di buku telepon.

Kemudian setelah tanda tangan kontrak terjadi antara sales dengan customer dilakukan, desain yang telah dibuat tersebut dimasukkan ke bagian departemen publishing yang mana departemen ini mempunyai tugas mendesain lagi yang lebih bagus dan kemudian baru desain yang telah dibuat oleh bagian departemen publishing dikirimkan ke kantor pusat yang ada di Jakarta yaitu PT. INFOMEDIA NUSANTARA yang ditujukan kepada bagian departemen publishing yang ada di kantor pusat.

Ketika proses desain sudah diperbaiki dan sudah sesuai dengan apa yang di harapkan kemudian desain tersebut dikirim ke bagian kantor percetakan buku telepon yang berada di bogor untuk dicetak, tetapi untuk proses ini hanya mencetak sebagian untuk dibuat contoh

terlebih dahulu sebelum dilakukannya pencetakan secara besar. Hal ini dilakukan untuk mengetahui desain yang telah dibuat setelah dicetak apakah sudah benar-benar cocok dan sesuai yang telah diinginkan perusahaan, maka untuk mengetahuinya hasil cetakan tersebut dikirim lagi ke kantor pusat yang ada di Jakarta. Kemudian apabila dari kantor pusat yang ada di Jakarta sudah menyetujui dengan hasil desain yang sudah dicetak tersebut maka kemudian produk buku telepon baru bisa dilakukan pencetakan dengan jumlah yang besar dan banyak yang dilakukan di kantor percetakan yang ada di Bogor.

Setelah buku telepon selesai dicetak baru buku telepon bisa dikirim ke seluruh kantor cabang maupun kantor wilayah yang ada di setiap kota yang ada di Indonesia untuk didistribusikan.⁶¹

4. Personel dan armada yang digunakan dalam pendistribusian buku telepon di wilayah Surabaya.

Dalam pendistribusian buku telepon hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan adalah mengenai hal pengiriman dengan mempunyai target antara jumlah buku telepon yang harus didistribusikan serta target waktu yang sudah ditentukan oleh perusahaan, sehingga dalam pengiriman dalam pendistribusian buku telepon harus memperhatikan kemampuan pengiriman, misalnya armada dan personil harus disiapkan dengan jumlah yang memadai sesuai dengan jumlah buku telepon yang akan didistribusikan.

⁶¹ Hasil Wawancara dengan Ibu Emma Indrawati, Selaku Junior Officer Autonomy Distribution Regional 2 Departemen Distribusi Buku Telepon PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA pada tanggal 28 April 2014.

“Untuk pendistribusian buku telepon di wilayah Surabaya PT. METRA DIGITAL MEDIA menggunakan tenaga sales maupun petugas distribusi buku (PDB), sedangkan armada yang digunakan adalah mobil promo yang di miliki perusahaan sendiri dan juga menggunakan armada sepeda motor yang dipergunakan oleh para sales perusahaan.”⁶²

Untuk mempengaruhi kecepatan pengiriman kepada pelanggan, sangat diperlukan pengetahuan personil tentang wilayah dalam pendistribusian buku telepon yang akan dikerjakan sehingga kecepatan pengiriman dan waktu pengiriman lebih efektif. Jumlah personel yang dimiliki juga harus benar-benar diperhatikan sebab hal itu sangat mempengaruhi kecepatan pengiriman, misalnya buku telepon yang akan didistribusikan jumlahnya cukup banyak otomatis jumlah personil harus ditambah agar kecepatan pengiriman juga bertambah.

a. Pendistribusian buku telepon menggunakan tenaga sales

Dalam pendistribusian buku telepon perusahaan juga mengerahkan sales untuk mendatangi perusahaan-perusahaan untuk membagikan buku telepon. Selain membagikan buku telepon para sales memanfaatkan untuk menjual dan memasarkan produknya dengan cara mempengaruhi agar perusahaan tersebut mau memasang iklannya di buku telepon. Pendistribusian ke perusahaan lebih efektif dikarenakan lebih tepat sasaran dikarenakan juga bisa menjual.

⁶² Hasil Wawancara dengan Bapak Ir Hamid Arif , Selaku Autonomy Distribuion Regional 2 spv Departemen Distribusi Buku Telepon PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA, pada tanggal 24 April 2014.

b. Pendistribusian buku telepon menggunakan armada mobil promo

“Pendistribusian buku telepon menggunakan mobil promo selain dijadikan untuk menyebarkan buku telepon kepada pelanggan atau masyarakat juga dijadikan sebagai sarana promosi perusahaan. Mobil promo tersebut juga bisa digunakan untuk memasang iklan bagi pelanggan dengan menempelkan banner pada mobil promo tersebut. Biasanya mobil promo tersebut setiap hari keliling kota Surabaya sehingga pelanggan pemasangan iklan bisa menentukan rutennya sendiri yang akan dilewati mobil promo tersebut. Mobil promo tersebut pernah membagikan buku telepon di taman bungkul yang mana ketika ada pelanggan yang mau mengambil buku telepon meskipun tidak mempunyai rekening buku telepon hanya dengan menggunakan kartu nama juga bisa mendapatkan buku telepon tersebut”.⁶³

Ketika perusahaan dalam mendistribusikan buku telepon biasanya dalam pengangkutannya menggunakan armada mobil promo yang dimiliki oleh perusahaan. Alasan penggunaan mobil promo dalam pendistribusian buku telepon dikarenakan mobil promo sendiri bisa dijadikan promosi perusahaan karena tulisan yang terdapat pada mobil tersebut terdapat nama serta brand perusahaan sehingga siapa saja bisa mengetahui bahwa mobil ini adalah milik perusahaan PT. METRA DIGITAL MEDIA yang bergerak dalam jasa periklanan yang produknya diantaranya adalah buku telepon. Mobil Promo tersebut juga dapat digunakan oleh perusahaan sebagai sarana perusahaan untuk memasang iklan di Mobil Promo tersebut.⁶⁴

⁶³ Hasil Wawancara dengan Ibu Emma Indrawati, Selaku Junior Officer Autonomy Distribution Regional 2 Departemen Distribusi Buku Telepon PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA pada tanggal 28 April 2014.

⁶⁴ Data Wawancara, Bapak Supardi Driver Mobil Promo Perusahaan Pendistribusian Buku Telepon PT. METRA DIGITAL MEDIA, Surabaya, 9 Mei 2014.

c. Pendistribusian buku telepon menggunakan armada sepeda motor.

Dalam pendistribusian buku telepon selain perusahaan dalam pengangkutan buku telepon menggunakan armada mobil promo juga perusahaan menggunakan armada sepeda motor. Untuk penggunaan armada sepeda motor yang mana biasanya digunakan oleh para sales dengan menggunakan tas yang di bonceng di belakang motor ketika dalam membawa buku telepon tersebut. Untuk rute dan tujuannya sendiri biasanya pendistribusiannya dengan mendatangi rumah-rumah pelanggan telepon rumah sehingga lebih mengedepankan pelayanan kepada konsumen yang lebih baik.⁶⁵

5. Pendistribusian buku telepon menggunakan jasa pengiriman dan jasa Vendor.

a. Pendistribusian buku telepon lewat pengiriman pos

Dalam pendistribusian buku telepon ke luar kota biasanya perusahaan menggunakan jasa melalui pengiriman pos. Perusahaan memilih jasa tersebut dikarenakan dengan pertimbangan letak tempatnya yang cukup jauh sehingga tidak memungkinkan personil bisa menjangkaunya dan meskipun personil bisa menjangkau tapi terkendala waktu dan lebih memakan biaya banyak sehingga perusahaan memilih pendistribusian buku telepon lewat pengiriman pos akan lebih efektif dan efisien.

⁶⁵ Hasil Wawancara dengan Bapak Ir Hamid Arif, Selaku Autonomy Distribuibon Regional 2 spv Departemen Distribusi Buku Telepon PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA pada tanggal 5 Mei 2014.

b. Pendistribusian buku telepon menggunakan jasa Vendor

“Untuk pendistribusian buku telepon di wilayah Surabaya PT. METRA DIGITAL MEDIA juga menggunakan pihak ketiga yang mana pihak ketiga tersebut merupakan sebuah jasa dinamakan jasa Vendor. Jasa Vendor tersebut bisa dikatakan sebuah CV atau instansi yang memiliki anak buah dalam jumlah yang cukup banyak. Untuk sistem pelaporan yang di gunakan biasanya perusahaan mendapatkan pelaporan berupa form daftar nama-nama perusahaan yang sudah dikirim serta bukti penerimaan dari pimpinan perusahaan tersebut”.⁶⁶

Dalam pendistribusian buku telepon selain perusahaan menggunakan jasa lewat pengiriman dengan alasan letak tempat yang cukup jauh, perusahaan juga menggunakan jasa vendor, yang mana dengan menggunakan jasa vendor ini perusahaan lebih bisa terbantu dalam pendistribusian buku telepon dikarenakan personilnya lebih banyak sehingga buku telepon lebih cepat terdistribusi kepada pelanggan. Jasa vendor ini merupakan sebuah jasa dan bisa dikatakan sebuah PT yang mempunyai anak buah serta personil yang cukup banyak. Kenapa perusahaan memilih menggunakan jasa ini dikarenakan beban perusahaan dalam pendistribusian buku telepon bisa terbantu karena dengan adanya penambahan personil melalui jasa vendor tersebut.

“Untuk pemakaian dan pemilihan jasa Vendor yang digunakan biasanya perusahaan melakukan lelang terlebih dahulu untuk menentukan jasa vendor yang dipergunakan. Jasa Vendor terdiri dari beberapa PT yang mana tidak

⁶⁶ Hasil Wawancara dengan Ibu Emma Indrawati, Selaku Junior Officer Autonomy Distribution Regional 2 Departemen Distribusi Buku Telepon PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA pada tanggal 12 Mei 2014.

semuanya dipergunakan oleh perusahaan, maka dari itu perusahaan melakukan lelang dengan cara masing-masing perusahaan mengirimkan proposal terlebih dahulu, yang mana proposal tersebut berisi penawaran harga yang sudah ditentukan oleh masing-masing pemilik jasa vendor untuk pembayaran tiap satu buku telepon yang akan didistribusikan. Biasanya perusahaan memilih jasa Vendor yang akan dipergunakan dengan jumlah penawaran untuk tiap-tiap buku telepon yang didistribusikan dengan menyesuaikan yang sudah ditentukan oleh perusahaan”.⁶⁷

6. Pendistribusian buku telepon melalui Event dan Pameran.

a. Pendistribusian buku telepon dalam event Bazar Ramadhan

PT. METRA DIGITAL MEDIA pernah mengikuti bazaar ramadhan yang mana dalam kegiatan ini PT. METRA DIGITAL MEDIA sebagai salah satu perusahaan yang mensponsori dalam kegiatan bazaar tersebut. Dengan mengikuti event tersebut perusahaan dapat diuntungkan dikarenakan masyarakat bisa mengetahui bahwa perusahaan ini benar-benar ada dan besar sekaligus perusahaan ikut serta memamerkan dan menggelar produk perusahaan diantaranya yaitu buku telepon.

“Dalam pendistribusian buku telepon PT. METRA DIGITAL MEDIA pernah mengikuti acara event Bazar Ramadhan sekaligus juga pernah mengikuti acara pameran yang biasanya pameran tersebut diselenggarakan oleh perusahaan-perusahaan besar yang ada di Surabaya”.⁶⁸

⁶⁷ Hasil Wawancara dengan Ibu Emma Indrawati, Selaku Junior Officer Autonomy Distribution Regional 2 Departemen Distribusi Buku Telepon PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA pada tanggal 12 Mei 2014.

⁶⁸ Hasil Wawancara dengan Ibu Emma Indrawati, Selaku Junior Officer Autonomy Distribution Regional 2 Departemen Distribusi Buku Telepon PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA pada tanggal 12 Mei 2014.

Untuk pengadaan bazaar tersebut biasanya tidak bisa ditentukan waktu pelaksanaannya terkadang biasanya diselenggarakan satu tahun sekali. Tetapi tidak bisa dipastikan setiap tahun perusahaan bakalan mengadakan event bazaar. Dikarenakan perusahaan hanya ikut serta dalam mensponsori dalam sebuah event tersebut saja.

b. Pendistribusian buku telepon dalam pameran Furniture

PT. METRA DIGITAL MEDIA bisanya juga mengikuti dalam acara pameran-pameran yang dianggap sangat cocok untuk menarik minat perusahaan agar mereka berkenan memasang iklan di buku telepon. Salah satu contoh adalah pameran furniture yang diadakan di Grand City. Perusahaan dapat diuntungkan dalam mengikuti pameran ini dikarenakan perusahaan bisa mendistribusikan buku telepon lewat acara pameran tersebut. Dan juga perusahaan lebih dikenal oleh masyarakat dikarenakan pameran ini begitu besar serta mestinya banyak pengunjung yang datang dalam acara pameran tersebut.

7. Pendistribusian buku telepon melalui penyebaran langsung

Pendistribusian buku telepon dengan *on the street* yaitu melalui penyebaran buku telepon secara langsung yang dilakukan oleh karyawan maupun sales perusahaan yang biasanya dilakukan dilampu-lampu merah yang ada di Surabaya.

“Perusahaan mempunyai strategi dalam pendistribusian buku telepon dengan cara melalui penyebaran secara langsung buku telepon yang di bagikan kepada pelanggan. Istilah lain dari nama penyebaran buku telepon secara langsung ini disebut

penyebaran *on the street*. Yang mana untuk kegiatan penyebaran buku telepon ini biasanya dilakukan oleh perusahaan di perempatan lampu merah yang ada di Surabaya”.⁶⁹

Sasaran yang dibidik sendiri biasanya para pengendara mobil yang berhenti ketika di lampu merah dikarenakan pengendara mobil itu sendiri biasanya merupakan kelas menengah keatas dan para pebisnis. Kegiatan ini bertujuan untuk mendistribusikan buku telepon secara langsung kepada masyarakat dan agar pembagiannya merata.

Untuk pemilihan lampu merahnya sendiri diutamakan yang ramai di lewati pengendara mobil baik itu ketika waktu pagi di karenakan pada waktu tersebut ramai pengendara mobil yang akan berangkat kerja dan untuk pemilihan waktu sore sendiri biasanya dilampu merah ramai banyak pengendara mobil yang hendak pulang kerja.

8. Pemakaian media gudang dalam penyimpanan buku telepon sebelum didistribusikan.

Dalam pendistribusian buku telepon perusahaan juga membutuhkan tempat penyimpanan menggunakan gudang. Hal ini disebabkan karena biasanya buku telepon yang datang dari Jakarta jumlahnya begitu banyak sehingga perusahaan memerlukan sebuah gudang untuk dipergunakan sebagai tempat penyimpanan sementara sebelum buku telepon akan di distribusikan.

⁶⁹ Hasil Wawancara dengan Ibu Emma Indrawati, Selaku Junior Officer Autonomy Distribution Regional 2 Departemen Distribusi Buku Telepon PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA pada tanggal 12 Mei 2014.

Dalam pemilihan lokasi penempatan gudang yang akan dipergunakan perusahaan memilih tempat yang strategis serta tempat tersebut mudah dijangkau khususnya oleh armada mobil promo sebagai armada dalam pendistribusian buku telepon tersebut.

“Untuk pemakaian gudang sebagai tempat penyimpanan buku telepon sebelum di distribusikan biasanya perusahaan menyewa gudang tersebut dalam jangka waktu 3 sampai 5 bulan”.⁷⁰

9. Kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan ketika mendistribusikan buku telepon.
 - a. Kekuatan dan kelemahan menggunakan jasa Vendor dalam pendistribusian buku telepon.

Untuk kelemahan yang di timbulkan dalam pendistribusian buku telepon dengan menggunakan jasa vendor atau pihak ke tiga ini yaitu kesulitan perusahaan tidak bisa mengontrol secara keseluruhan dalam pengiriman maupun pendistribusian buku telepon kepada pemasang iklan atau pelanggan. Kendalanya juga perusahaan tidak bisa mengecek pada saat berlangsungnya proses pendistribusian buku telepon secara langsung apakah buku telepon tersebut sudah di distribusikan tepat sasaran serta perusahaan terkendala masalah pembiayaan pulsa seluler yang dipergunakan perusahaan untuk memantau lewat telepon atau sms. Sedangkan keuntungannya sendiri menggunakan jasa vendor tersebut yaitu personilnya lebih banyak

⁷⁰ Hasil Wawancara dengan Bapak Ir Hamid Arif, Selaku Autonomy Distribuibon Regional 2 spv Departemen Distribusi Buku Telepon PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA pada tanggal 5 Mei 2014.

sehingga buku telepon secepat mungkin bisa tersebar dan bisa didistribusikan secara cepat dan tepat waktu.

- b. Kekuatan dan kelemahan penggunaan media gudang dalam penyimpanan buku telepon sebelum didistribusikan.

Untuk kelemahannya dalam pemakaian gudang terkadang letak gudangnya itu sendiri yang letaknya agak jauh dari tempat-tempat pendistribusian buku telepon. Dan juga ketika buku tersebut datang dalam jumlah yang cukup banyak dari Jakarta mengakibatkan adanya penambahan untuk tenaga kuli gudang untuk angkat-angkat buku yang berat dan dalam jumlah yang cukup banyak dari kontainer untuk memasukkan buku telepon tersebut ke dalam gudang, sehingga mengakibatkan adanya penambahan biaya untuk ongkos kuli yang dipergunakan tersebut. Kelemahannya lagi biasanya masa kontrak atau sewa gudangnya tidak bisa diteruskan sehingga perusahaan harus mencari gudang lagi yang baru untuk menyimpan buku telepon pada tahun berikutnya.

- c. Kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam mendistribusikan produk buku telepon edisi baru.

Kelemahan perusahaan dalam mendistribusikan produk buku telepon edisi baru yaitu terkadang ada perusahaan yang tidak memasang iklannya lagi di buku telepon serta pesaing yang ada sekarang baik cetak maupun elektronik, sedangkan titik kekuatannya dari buku

telepon edisi baru tersebut datanya lebih baru dan actual karena data setiap tahunnya berubah sesuai dengan data yang ada di TELKOM..

“Kadang untuk menarik animo masyarakat dan untuk mengetahui apakah masyarakat masih mengenal BPT_PIB, maka perusahaan mengadakan program penukaran buku lama dengan kupon undian. hal ini bertujuan membuat masyarakat menggunakan buku setiap tahun yang baru yang mana datanya pun baru dan lebih actual. Sedangkan buku yang lama sudah tidak digunakan lagi karenadatanya sudah tidak up to date”.⁷¹

C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)

Analisis data adalah bagian dari tahap penelitian kualitatif yang berguna untuk menelaah semua data yang diperoleh oleh peneliti. Selain itu juga bermanfaat untuk mengecek kebenaran dari setiap data yang diperoleh. Analisis data juga merupakan implementasi usaha peneliti untuk mengatur dan mengurutkan data kemudian mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan satuan urutan dasar.

Setelah peneliti melakukan penyajian data yang dipaparkan sebelumnya. Peneliti menemukan beberapa hal yang dilakukan PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA dalam proses strategi pendistribusian produk buku telepon. Dari pengamatan dan wawancara yang dilakukan peneliti selama dilapangan peneliti mendapatkan beberapa hasil temuan yaitu sebagai berikut :

Dalam sebuah teori dua ribu ratus tahun lalu Sun Tzu telah meletakkan dasar-dasar perencanaan sebelum berperang. Di dalam ilmu

⁷¹ Hasil Wawancara dengan Ibu Emma Indrawati, Selaku Junior Officer Autonomy Distribution Regional 2 Departemen Distribusi Buku Telepon PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA pada tanggal 2 Juni 2014.

manajemen juga di kenal istilah POAC yang mengacu pada perencanaan atau planning untuk huruf 'P'. Dalam pendistribusian suatu produk, perencanaan itu sangat mutlak diperlukan selain untuk mempermudah penyampaian barang dari produsen ke konsumen akhir, juga untuk menunjang keunggulan daya saing suatu produk. Bercermin pada Falsafah Sun Tzu, prinsip ini perlu senantiasa ditanamkan dalam strategi pendistribusian suatu produk agar layanan yang diberikan tepat pada sasarannya.⁷²

Mengacu pada teori Falsafah Sun Tzu tersebut, mengenai strategi pendistribusian produk buku telepon pada PT. METRA DIGITAL MEDIA SURABAYA sudah melakukan sesuai dengan teori Falsafah Sun Tzu, walaupun tidak sama persis secara keseluruhan. Langkah awal strategi yang digunakan dalam pendistribusian buku telepon yaitu perencanaan area distribusi buku telepon sebelum di distribusikan. PT. METRA DIGITAL MEDIA memiliki cakupan area distribusi dalam pendistribusian produk buku telepon yang ada di Surabaya antara lain :

1. Loket Pembayaran Rekening Telfon di Kantor TELKOM

Untuk strategi pendistribusian buku telepon PT. METRA DIGITAL MEDIA menggunakan tempat pada loket pembayaran tagihan rekening telfon rumah yang berada di kantor TELKOM. Sebagai anak dari perusahaan PT. TLKOM tentunya secara tidak langsung perusahaan ini juga mendistribusikan produknya PT. TELKOM yang mana pada buku

⁷² Frans M. Royan, 2004, *Sun Tzu Creating Distribution Strategy*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hal.1-2.

telepon *White Pages* tersebut terdapat Daftar Nama Pelanggan TELKOM, Nomor Telepon Rumah, serta Alamat Pengguna Telfon Rumah. Namun pembagian buku telepon ini dibagikan secara gratis kepada pelanggan TELKOM dan tidak mengurangi tagihan *customer*.

2. Perumahan

Strategi pendistribusian buku telepon di wilayah perumahan merupakan target perusahaan yang mana kebanyakan para penghuni perumahan tersebut merupakan para pelanggan lama pemasang iklan di buku telepon dan juga sekaligus perusahaan akan mendapatkan pelanggan baru. Pelanggan baru tersebut di maksudkan bahwasannya kebanyakan dari pemilik perumahan tersebut adalah para pengusaha atau pebisnis, dan tidak dari keseluruhan penghuni perumahan tersebut merupakan pelanggan yang telah memasang iklan di buku telepon. Hal ini di manfaatkan oleh perusahaan untuk mendistribusikan buku telepon kepada pelanggan secara tepat sasaran sekaligus digunakan oleh perusahaan untuk memancing pelanggan baru agar mereka berkenan memasang iklan usahanya di buku telepon.

3. Ruko

Untuk strategi pendistribusian buku telepon yang dilakukan di wilayah ruko yang ada di Surabaya merupakan bukti pelayanan perusahaan yaitu PT. METRA DIGITAL MEDIA kepada pelanggan pengguna buku telepon. Pelayanan tersebut di maksudkan agar para pelanggan sekaligus masyarakat yang ada di Surabaya merasakan bahwa

pelayanan kami sampai ke penjuru ruko-ruko yang ada di wilayah Surabaya. Serta meyakinkan untuk para pemasang iklan di buku telepon bahwa mereka tidak sia-sia mengeluarkan biaya untuk pemasangan iklan tersebut, di karenakan buku tersebut sudah menyebar secara keseluruhan sampai yang telah memasangkan iklannya sendiri juga mendapatkan buku telepon tersebut.

4. Hotel

Untuk strategi pendistribusian buku telepon yang dilakukan oleh perusahaan di hotel merupakan sebuah pelayanan yang dilakukan kepada penghuni hotel yang kebanyakan masih benar-benar membutuhkan buku telepon pada setiap kamar-kamar yang mana dengan adanya buku telepon ini merupakan sebuah fasilitas untuk mencari dan membaca informasi yang dibutuhkan oleh penghuni hotel tersebut.

5. Bandara

Untuk strategi pendistribusian buku telepon di bandara ini biasanya buku telepon dijadikan sebagai media atau pusat informasi yang di sediakan oleh pengelola bandara kepada para wisatawan yang datang terutama dari luar kota Surabaya. biasanya buku ini di letakkan di rak-rak di bandara yang mana kebanyakan informasi yang dibutuhkan dari wisatawan dari luar kota Surabaya adalah mencari letak penginapan yang ada di Surabaya, mencari lokasi kuliner yang ada di Surabaya, yang mana informasi tersebut semuanya terdapat di buku telepon.

6. Perusahaan

Untuk strategi pendistribusian buku telepon di perusahaan merupakan *market* bagi PT. METRA DIGITAL MEDIA untuk menjual iklan di perusahaan-perusahaan tersebut. Dan kebanyakan ketika para sales mendistribusikan buku telepon mereka juga sambil menawarkan kepada perusahaan-perusahaan agar para pemilik perusahaan tersebut berkenan memasang iklan perusahaannya di buku telepon.

7. Apartemen

Untuk strategi pendistribusian buku telepon yang dilakukan perusahaan di apartemen-apartemen yang ada di Surabaya merupakan sebuah pelayanan kepada penghuni apartemen yang hampir sama yang di lakukan perusahaan di hotel. Jadi buku telepon masih menjadi pusat informasi bagi masyarakat untuk mempermudah mereka dalam mengakses informasi yang di butuhkan tersebut.

Mengacu pada teori Falsafah Sun Tzu mengenai perencanaan pengiriman sangat mutlak dilakukan. Ada beberapa alasannya, pertama, agar mencapai sasaran produk yang di distribusikan. Kedua, agar kendala tidak terfokus pada masalah pengiriman, karena akan sangat merugikan pendistribusian produk. Ketiga, agar bagian pengiriman benar-benar siap untuk mengirim produk dalam keadaan darurat sekalipun dengan rentang 24 jam kerja.⁷³ Pada perencanaan pengiriman dalam pendistribusian produk buku telepon yang di lakukan oleh PT. METRA DIGITAL

⁷³ Frans M. Royan, 2004, *Sun Tzu Creating Distribution Strategy*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hal.33-34.

MEDIA hampir sama dengan teori Falsafah Sun Tzu tersebut. Hal yang paling utama di siapkan oleh perusahaan adalah jumlah personil yang dibutuhkan untuk mendistribusikan buku telepon yang mana personil tersebut terdiri dari petugas PDB (Petugas Distribusi Buku) dan personil sales, sedangkan untuk perencanaan armada yang digunakan dalam pengiriman buku telepon perusahaan menggunakan armada mobil promo dan armada sepeda motor.

Dalam perencanaan pendistribusian perlu perusahaan memiliki gudang. Gudang yang di bangun ukurannya harus sesuai dengan kebutuhan. Semakin banyak stok yang harus di simpan, maka semakin besar gudang yang diperlukan.⁷⁴ Dalam pelaksanaan pendistribusian buku telepon yang di lakukan oleh PT. METRA DIGITAL MEDIA sebelum buku telepon tersebut datang dari kantor percetakan yang ada di Jakarta dan sebelum buku telepon tersebut akan di distribusikan, perusahaan mempunyai perencanaan dalam pemakaian gudang sebagai tempat penyimpanan sementara untuk buku telepon tersebut. Perusahaan membutuhkan media gudang dikarenakan jumlah buku telepon yang datang dari Jakarta dengan jumlah yang cukup banyak, sehingga tidak memungkinkan perusahaan menyimpan buku telepon dengan jumlah yang cukup banyak tersebut di kantor PT. METRA DIGITAL MEDIA yang ada di gedung Graha Pena Lt.1 yang mana kantor tersebut merupakan kantor wilayah dalam pendistribusian buku telepon yang ada di Surabaya.

⁷⁴ Frans M. Royan, *Sun Tzu Creating Distribution Strategy*, hal.36.

Untuk memperlihatkan kekuatan perusahaan di mata perusahaan pesaingnya. Taktik Pagelaran sering dilakukan dengan cara membagi sampel pada *event* tertentu. Misalnya, membagi sampel di kegiatan acara ulang tahun bank. Meskipun hal ini tergolong kegiatan promosi, akan tetapi mengandung unsur pagelaran. Atribut perusahaan pasti akan terlihat, baik *brand* produk, *corporate name*, maupun aktivitas perusahaan.⁷⁵ Dalam pendistribusian buku telepon yang dilakukan oleh PT. METRA DIGITAL MEDIA hampir sama dengan apa yang dikemukakan pada teori di atas. PT. METRA DIGITAL MEDIA pernah mengikuti pagelaran Event Ramadhan yang di selenggarakan di Surabaya yang mana perusahaan ini menjadi perusahaan yang menjadi sponsor dan pendukung pada acara Event tersebut. Selain itu PT. METRA DIGITAL MEDIA juga pernah mengikuti acara pameran *Furniture* yang di selenggarakan di Grand City Surabaya. Pada acara pameran tersebut pastinya perusahaan bisa menggelar produknya sekaligus untuk menampakkan bahwa perusahaan memiliki power yang sangat penting untuk diketahui publik.

Dalam teori Falsafah Sun Tzu menggunakan Taktik Pagelaran melalui penyebaran (*spreading*) adalah taktik pagelaran yang mengutamakan penyebaran produk secara merata. Bila barang menyebar secara merata, dapat diketahui pertama, apakah produk merek tertentu itu berada pada posisi sedang laku keras. Kedua, produsen memiliki armada distribusi yang kuat dan baik reputasinya. Ketiga, dapat menjadi pengobar semangat

⁷⁵ Frans M. Royan, 2004, *Sun Tzu Creating Distribution Strategy*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hal.89.

produsen itu sendiri jika mengetahui produknya dapat tersebar secara merata.⁷⁶ Dalam pelaksanaan pendistribusian buku telepon PT. METRA DIGITAL MEDIA menggunakan teori tersebut, pendistribusian buku telepon dilakukan oleh perusahaan dengan melakukan penyebaran secara langsung melalui penyebaran *on the street*. Penyebaran ini dilakukan secara langsung kepada pelanggan atau masyarakat di perempatan lampu merah yang ada di Surabaya. Alasan perusahaan menggunakan strategi penyebaran buku telepon melalui penyebaran *on the street* ini merupakan strategi pendistribusian yang murah biaya operasionalnya, dikarenakan kebanyakan dari personil yang ikut berperan langsung dalam proses pendistribusian buku telepon tersebut merupakan karyawan tetap yang bekerja di kantor PT. METRA DIGITAL MEDIA sehingga perusahaan tidak mengeluarkan biaya untuk penggajian lagi. Dan juga dengan dilakukan penyebaran buku telepon melalui *on the street* ini bisa terjadi kekompakan dan kerjasama antara karyawan dengan karyawan.

Dalam Falsafah Sun Tzu suatu hal yang paling penting untuk diketahui adalah (Analisis SWOT) titik kelemahan dan kekuatan lawan dalam pendistribusian.⁷⁷ Mengacu pada teori di atas dalam pendistribusian buku telepon yang dilakukan oleh PT. METRA DIGITAL MEDIA peneliti menemukan beberapa kelemahan sekaligus kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan antara lain kelemahan ketika perusahaan dalam mendistribusikan buku telepon menggunakan jasa Vendor, kelemahan

⁷⁶ Frans M. Royan, *Sun Tzu Creating Distribution Strategy*, hal.100.

⁷⁷ Frans M. Royan, 2004, *Sun Tzu Creating Distribution Strategy*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hal.34.

tersebut diakibatkan karena perusahaan tidak bisa mengontrol serta mengawasi secara langsung proses pendistribusian buku telepon tersebut. Akan tetapi perusahaan juga dapat diuntungkan dengan pemakaian jasa tersebut sebab perusahaan bisa terbantu dengan adanya jasa Vendor tersebut yang mana personil perusahaan dalam pendistribusian buku telepon bertambah banyak. Kelemahan selanjutnya yaitu ketika perusahaan dalam mendistribusikan buku telepon edisi baru. Hal ini dikarenakan pada buku edisi yang baru jumlah pemasang iklan terkadang ada yang berkurang dan para pemasang iklan tidak mau memperpanjang kontrak iklannya tersebut. Akan tetapi meskipun jumlah pemasang iklan ada yang berkurang perusahaan tidak mengecewakan pelanggan, karena pada buku telepon edisi yang baru tersebut tentunya informasinya lebih baru dan *actual* jika dibandingkan dengan buku yang lama.