

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Franciscus Welirang sebagai ketua Asosiasi Produsen Tepung di Indonesia (Aptindo) dan juga sebagai Direktur PT Indofood Sukses Makmur yang merupakan pemilik pabrik tepung terigu terbesar di dunia menyebutkan bahwa Impor gandum pada tahun ini bisa menembus 6,6 juta ton dari 6,2 juta ton pada tahun 2011. Meningkatnya impor gandum mempengaruhi terhadap kinerja perusahaan khususnya Bogasari menjadi ikut berkembang. Hal itu terbukti dengan adanya kapasitas penggilingan gandum naik 400.000 ton setiap tahunnya. Sehingga kapasitas penggilingan gandum saat ini sebesar 4.338.000 ton untuk dua pabriknya di Jakarta dan Surabaya. Konsumsi tepung terigu di Indonesia sebesar 7,8 juta ton/tahun dari semua pabrik yang beroperasi di Indonesia. PT.Indofood Sukses Makmur Tbk,Bogasari *flour mills* berada pada posisi pertama sebesar 4,9 juta ton/tahun dibandingkan dengan pabrik lainnya di Indonesia (Amri 2012).

Meningkatnya impor gandum, konsumsi tepung terigu dan meningkatnya kapasitas penggilingan membuat perusahaan Bogasari semakin berkembang. Perkembangan yang bergerak hingga mendunia tersebut didukung oleh bahan baku yang berkualitas, fasilitas perusahaan yang canggih serta memadai , lokasi perusahaan yang strategis serta sumber daya manusia yang berkualitas. Sehingga nantinya akan mempengaruhi terhadap produktivitas dari sebuah perusahaan.

Selama hampir tiga dekade, Bogasari telah melayani kebutuhan pangan masyarakat Indonesia dengan tiga merek tepung terigunya yang sudah dikenal luas yaitu Cakra Kembar, Kunci Biru dan Segitiga Biru (Anonim 2012). Dengan banyaknya jenis produk yang berbeda, perlu adanya kemasan untuk membedakan antara satu dengan yang lainnya. Dimana kemasan tersebut memiliki karakteristik yang berbeda pula mengikuti fungsi dari produk. Perbedaan kemasan selain untuk mempermudah konsumen dalam memilih,

juga sebagai identitas dari produk ternyata kemasan berfungsi untuk melindungi produk dari bakteri serta memberi nilai ekonomis untuk produk.

Kemasan adalah salah satu bidang dalam desain komunikasi visual yang mempunyai banyak tuntutan khusus karena fungsinya yang langsung berhadapan dengan konsumen antara lain tuntutan teknis, kreatif, komunikatif dan pemasaran yang diwujudkan kedalam bahasa visual (Erliza dan Sutedja 1987). Selain itu juga jika dari kemasan tidak ada *recall* dari konsumen maka hal yang harus diperhatikan pula adalah pengadaan dalam pemenuhan produk yang sudah dikemas. Oleh karena itu untuk pemenuhan kebutuhan konsumen harus selalu tepat waktu. Dan hal tersebut dipicu oleh besarnya jumlah kinerja yang dihasilkan karyawan untuk mengemas produk yang nantinya akan dipasarkan ke konsumen. Sehingga nantinya akan diketahui jumlah produktivitas kinerja karyawan terhadap produk yang dihasilkan.

Kondisi perusahaan Bogasari saat ini, khususnya ditinjau dari segi produktivitas kinerja cenderung berfluktuatif hal itu disebabkan oleh beberapa faktor antara lain *man, material, machine, method* and *environment*. Sedangkan perusahaan dikatakan baik jika menciptakan nilai produktivitas yang maksimal karena nantinya akan berpengaruh terhadap keuntungan yang diperoleh perusahaan. Sehingga untuk mengetahui nilai produktivitas kinerja perlu adanya pengukuran produktivitas menggunakan pengukuran rasio antara *output* dan *input* dengan metode pendekatan angka indeks *E. Mundel* yang difokuskan pada pengukuran produktivitas kinerja manusia dalam melakukan proses pengemasan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana proses pengemasan tepung di PT ISM Tbk. Bogasari *Flour Mills*, Surabaya?
2. Bagaimana produktivitas kinerja Divisi *Flour Packing* dalam melakukan proses pengemasan ?

1.3 Tujuan Praktek Kerja Lapang

1. Mengetahui proses pengemasan tepung di PT ISM Tbk. Bogasari *Flour Mills*, Surabaya.
2. Mengetahui produktivitas kinerja Divisi *Flour Packing* dalam melakukan proses pengemasan.