



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

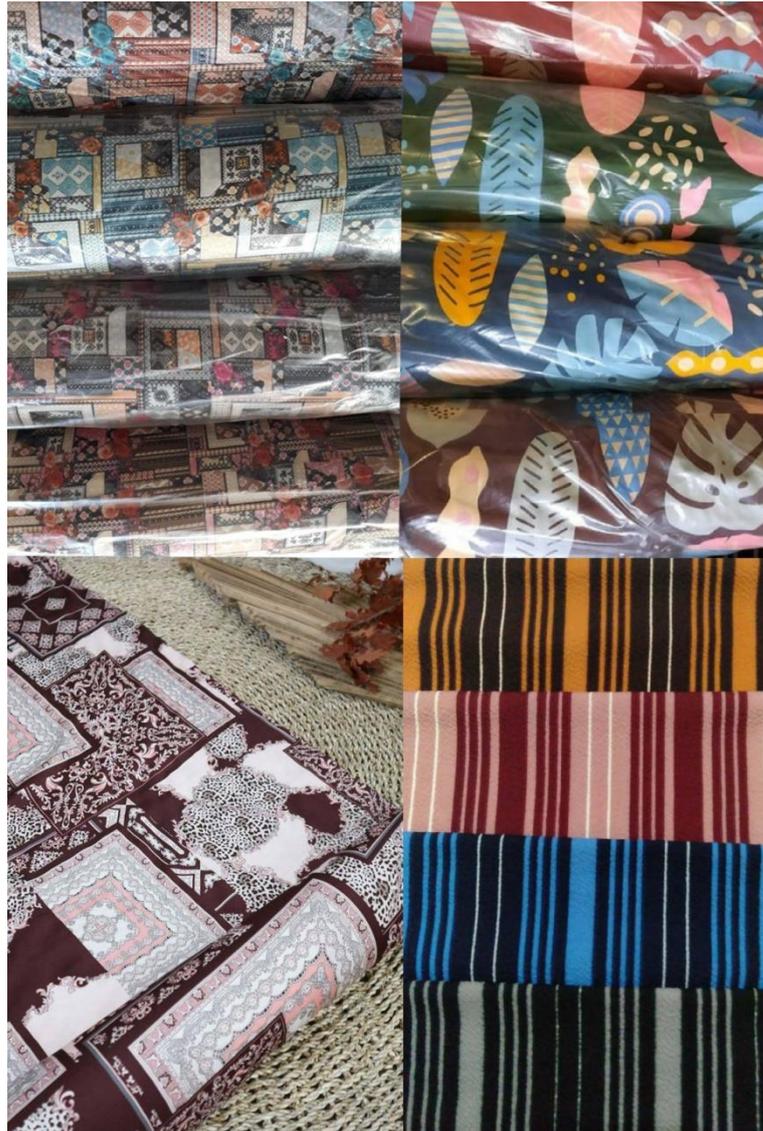


Gambar 2.1 Logo Perusahaan

Sumber: Data Perusahaan, 2020

PT Indocitra Sinar Cemerlang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di industri tekstil dan produk tekstil. Industri tekstil dan produk tekstil terbagi menjadi tiga bagian, yaitu industri hulu, industri tengah, dan industri hilir. PT Indocitra Sinar Cemerlang merupakan perusahaan di industri tengah tekstil dan produk tekstil, yang fokus pada pelaksanaan *trading* kain. Pelaksanaan *trading* kain yang dimaksudkan adalah bahwa PT Indocitra Sinar Cemerlang mempertemukan hasil dari industri hulu yang kemudian diproduksi menjadi bahan untuk industri hilir.

Perusahaan ini menawarkan berbagai macam spesifikasi kain, seperti seprai, *cotton sheet*, dan kain *spandex*, untuk memenuhi kebutuhan dari industri hilir. Contoh-contoh kain yang ditawarkan perusahaan adalah *canon skin*, *hyget*, *woolpeach*, *waffle babat*, *diamond glitter*, *PE*, *scuba*, *spandex*, *rayon*, *poly tc*, *supernova*, atau *microtex*).



Gambar 2.2 Contoh Jenis dan Desain Kain Perusahaan

Sumber: Data Perusahaan, 2020

Hingga saat ini, produk yang dipasarkan oleh PT Indocitra Sinar Cemerlang sudah memasuki pasar nasional. PT Indocitra Sinar Cemerlang telah merintis usahanya sejak tahun 1996 dan mulai berdiri sebagai Perseroan Terbatas (PT) pada tahun 2001. PT Indocitra Sinar Cemerlang merintis usahanya dari skala kecil dan terus berkembang luas hingga saat ini.

Lokasi pertama dari PT Indocitra Sinar Cemerlang adalah Taman Holis Bandung, dan kemudian berpindah ke wilayah Batujajar Kabupaten Bandung

selama dua tahun dengan keterangan sewa. Lalu, PT Indocitra Sinar Cemerlang kembali berpindah ke wilayah Holis dengan keterangan sewa, dan berpindah lagi ke Jalan Manglid No. 21A, Kecamatan Margahayu, Kabupaten Bandung.



Gambar 2.3 Kantor dan Gudang PT Indocitra Sinar Cemerlang

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2020

Seiring berjalannya waktu, perusahaan pun terus berkembang dan mengalami kemajuan yang cukup pesat. Dengan peningkatan skala bisnis perusahaan, PT Indocitra Sinar Cemerlang pun membangun tempat pribadi di Jalan Terusan Kopo-Katapang No.100 KM 11.6, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Saat ini, tempat tersebut beroperasi dengan baik sebagai kantor dan tempat penyimpanan barang.

Kantor dan tempat penyimpanan barang ini beroperasi dari hari Senin hingga Sabtu, dan memuat cukup banyak barang setiap harinya. Tempat penyimpanan barang ini dibagi menjadi empat bagian, yaitu bagian gudang *spandex*, gudang kain seprai, gudang *cotton sheet*, dan gudang retur.

2.2 Profil Perusahaan

2.2.1 Lokasi Perusahaan



Gambar 2.4 Gedung PT Indocitra Sinar Cemerlang

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2020

PT Indocitra Sinar Cemerlang berlokasi di Jalan Terusan Kopo Katapang No.100 KM 11.6, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40921 – Indonesia.

2.2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Adapun visi dan misi dari PT Indocitra Sinar Cemerlang adalah sebagai berikut:

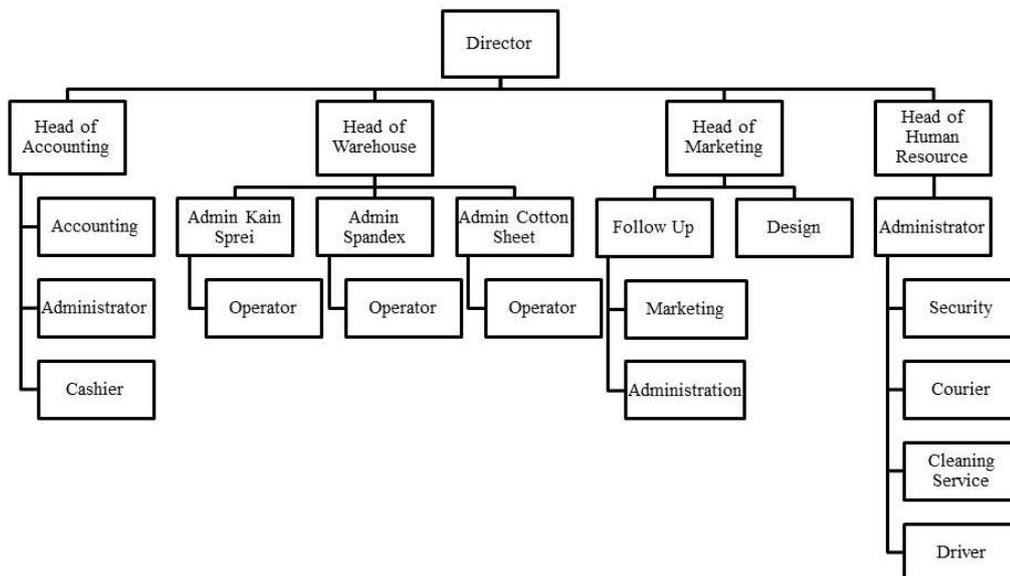
Visi Perusahaan:

- a. Terwujudnya sumber daya manusia dan produk perusahaan yang unggul sehingga terpercaya dalam pelaksanaan pemasaran dan penjualan.
- b. Terwujudnya perusahaan yang mampu memberikan kepuasan dan keunggulan dalam melayani dan memberikan kenyamanan kepada konsumen.

Misi Perusahaan:

- a. Memberikan kepuasan pada konsumen, dengan memberikan kualitas produk yang baik kepada konsumen.
- b. Meningkatkan kualitas, inovasi, dan sumber daya manusia secara terus-menerus.
- c. Memberikan kepercayaan kepada konsumen secara profesional.

2.3 Struktur Organisasi



Gambar 2.5 Struktur Organisasi PT Indocitra Sinar Cemerlang

Sumber: Data Perusahaan, 2020

Struktur organisasi dari PT Indocitra Sinar Cemerlang adalah sebagai berikut:

- a. *Director*
Bertanggung jawab selaku pimpinan dalam melaksanakan pengurusan perusahaan sesuai kepentingan dan tujuan perusahaan.

b. *Accounting*

Bertanggung jawab dalam perencanaan, pengembangan, dan pengontrolan fungsi keuangan dan akuntansi di perusahaan secara komprehensif untuk pendukungan pencapaian target finansial perusahaan.

c. *Warehouse*

Bertanggung jawab dalam perencanaan, pengkoordinasian, pengarahan, dan pengawasan atas pelaksanaan pengiriman dan penerimaan barang.

d. *Marketing*

Bertanggung jawab dalam perencanaan, pengkoordinasian, dan pengontrolan proses penjualan, pemasaran, dan administrasi untuk mencapai penjualan secara efektif dan efisien. Selain itu, didalam divisi *marketing* terdapat divisi *design* yang bertanggung jawab dalam proses desain dan gambar produk yang akan diproduksi perusahaan.

e. *Human Resources*

Bertanggung jawab dalam pengelolaan kegiatan ketenagakerjaan, hubungan industrial dan umum, kinerja pegawai perusahaan, serta penyelesaian masalah yang timbul di lingkungan perusahaan.

2.4 Landasan Teori

2.4.1 Management

Menurut Atmosudirdjo (1986), manajemen berasal dari bahasa Inggris yaitu “*to manage*” yang berarti menangani, mengendalikan, menguasai, mengurus, menyelesaikan sesuatu. Sehingga, manajemen dapat diartikan bagaimana cara mengurus dan mengendalikan sesuatu untuk mencapai tujuan yang sudah ditentukan.

Secara umum, manajemen dapat dikatakan sebagai sebuah proses, mulai dari perencanaan, penetapan tugas, memimpin, mengendalikan, hingga tindakan

pengawasan. Semua proses tersebut dilalui dengan memanfaatkan sumber daya yang ada secara efektif untuk mencapai tujuan yang ditetapkan (Setiawan, 2020).

Manajemen adalah pencapaian tujuan organisasi secara efektif dan efisien melalui perencanaan, pengorganisasian, kepegawaian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya organisasi (Lussier, 2017).

2.4.2 *Management Process*



Gambar 2.6 Proses Manajemen

Sumber: *Fundamentals of Business: Canadian Edition*, 2018

Menurut Robert N. Lussier (2016), manajemen memiliki empat proses secara umum, yaitu:

1. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah proses menetapkan visi, misi, tujuan dari seluruh bentuk kegiatan. Pada tahap ini, dilakukan analisa dari organisasi atau perusahaan, serta menentukan cara bagaimana mencapai tujuan

tersebut. Perencanaan ini akan dijadikan pedoman dasar dalam menjalankan kegiatan dan memudahkan pengawasan.

2. Pengorganisasian (*Organization*)

Pengorganisasian adalah pengaturan sumber daya manusia yang dimiliki untuk menjalankan proses perencanaan dan mencapai tujuan yang diinginkan. Pada tahap ini, dilakukan proses mendelegasikan tugas, mengoordinasikan tugas, dan mengalokasikan sumber daya untuk mencapai tujuan secara efektif dan optimal. Tahap ini biasanya dilakukan oleh manajemen tingkat atas.

3. Pengarahan (*Leading*)

Pengarahan adalah proses mengatur, mengarahkan, serta mempengaruhi karyawan untuk bekerja menuju pencapaian tujuan dan target. Pengarahan ini dilakukan juga untuk menciptakan kinerja yang lebih efektif dan efisien. Manajer harus berkomunikasi dengan karyawan dan memotivasi mereka untuk mencapai tujuan tersebut dengan mengembangkan hubungan yang positif.

4. Pengendalian (*Controlling*)

Pengendalian adalah proses pengawasan, pemantauan dan pengukuran kemajuan dari hasil kerja karyawan. Pada tahap ini, kegiatan perusahaan akan diberikan penilaian dan evaluasi, hingga tindakan korektif bila diperlukan, untuk mengetahui kinerja perusahaan dan memastikan bahwa tujuan tercapai.

2.4.3 Entrepreneurship

Entrepreneurship berasal dari bahasa Prancis, yaitu “*entre*” yang berarti “di antara”, dan “*prendre*” yang berarti “mengambil”. Kata ini biasanya digunakan untuk mendeskripsikan orang yang berani mengambil resiko di antara penjual dan pembeli untuk memulai sebuah usaha baru (Barringer & Ireland, 2016).

Entrepreneurship didefinisikan sebagai proses dari individu yang mengejar peluang untuk mengeksploitasi barang dan jasa sehingga menjadi bisnis yang menguntungkan. Seorang pemodal ventura yang bernama Fred Wilson,

mendefinikan *entrepreneurship* sebagai seni dalam mengubah sebuah ide menjadi bisnis, dengan mengidentifikasi peluang yang ada. *Entrepreneurship* dapat dikerjakan oleh individu atau kelompok, dan biasanya membutuhkan kreativitas, dorongan, serta kemauan dan keberanian dalam mengambil risiko (Barringer & Ireland, 2016).

Entrepreneurship umumnya diketahui sebagai seseorang atau beberapa orang yang berusaha untuk membangun suatu bisnis baru. Padahal, perusahaan yang sudah berjalan dapat berperilaku secara kewirausahaan pula, atau dikenal juga dengan sebutan *corporate intrapreneurship*.

2.4.4 Corporate Intrapreneurship

Intrapreneurship adalah sikap atau jiwa wirausahawan yang dimiliki karyawan dalam perusahaan yang sudah mapan. *Intrapreneurship* ini menciptakan bisnis atau usaha baru dalam suatu perusahaan, untuk mengembangkan potensi perusahaan.

Corporate Intrapreneurship adalah proses di mana individu dalam organisasi menciptakan dan mengejar peluang yang akan memperbaiki dan mengembangkan perusahaan. Umumnya, akan melibatkan independen dalam aktivitas seputar menciptakan sesuatu yang baru dan bernilai bagi perusahaan untuk meningkatkan posisi kompetitif dan kinerja keuangan perusahaan (Duening, Hisrich, & Lechter, 2015).

Perusahaan umumnya memiliki dua tipe, yaitu konservatif dan kewirausahaan. Perusahaan yang memiliki orientasi terhadap kewirausahaan, lebih banyak memiliki dan mempraktikkan *corporate intrapreneurship*. Orientasi kewirausahaan ini biasanya bersikap lebih proaktif, inovatif, dan berani dalam mengambil resiko. Sedangkan, perusahaan yang konservatif cenderung menghindari resiko dan melihat hal yang sedang terjadi di industri (Barringer & Ireland, 2016).

2.4.5 Innovation

Inovasi adalah proses menciptakan sesuatu yang baru, dan merupakan sentral dari proses *entrepreneurial* (Barringer & Ireland, 2016). Inovasi dilakukan untuk menciptakan sesuatu yang lebih baik, lebih fungsional, lebih mudah, dengan tujuan pengembangan.

Ada dua tahapan khusus dalam menjalankan proses inovasi, yaitu ((Tim Siswapedia, 2018):

1. *Discovery*, yaitu penemuan unsur-unsur dari unsur yang sebenarnya sudah ada, dan melakukan pengembangan terhadap unsur tersebut.
2. *Invention*, yaitu penciptaan sesuatu yang benar-benar baru atau belum ada sebelumnya.

Ada dua jenis inovasi berdasarkan kecepatan perubahan proses inovasi itu sendiri, yaitu (Bitar, 2020):

1. Inovasi radikal, yaitu inovasi yang dilakukan dalam skala besar oleh para ahli di bidangnya dan biasanya dikelola oleh departemen penelitian dan pengembangan. Inovasi radikal ini sering dilakukan di lembaga manufaktur dan jasa keuangan.
2. Inovasi inkremental, yaitu inovasi dengan proses mengadaptasi dan mengimplementasikan perbaikan kecil, untuk melakukan pengembangan.

2.4.6 Sales and Marketing

Sales atau penjualan merupakan "proses operasi dan aktivitas yang terlibat dalam mempromosikan dan menjual barang atau jasa", sedangkan *marketing* atau pemasaran merupakan "proses atau teknik mempromosikan, menjual, dan mendistribusikan produk atau layanan" (Goldman, 2020). Pernyataan tersebut mendukung bahwa tanggung jawab bagian penjualan dan pemasaran terkait erat, karena pemasaran memiliki peran penting dalam mendukung penjualan.

Menurut Philip Kotler, Profesor di Kellogg School of Management, Northwestern University, pemasaran adalah sistem kegiatan yang dirancang untuk menentukan harga, mendistribusikan dan mempromosikan produk atau jasa yang untuk mencapai tujuan bisnis. Sebaliknya, Kotler menggambarkan penjualan sebagai proses membujuk pelanggan untuk membeli produk atau jasa perusahaan. Sehingga, penjualan dapat dianggap sebagai bagian dari promosi dalam 4P (*product, price, place, promotion*) (Priharto, 2020).

2.4.7 Administration

Administrasi dapat diartikan sebagai bentuk aktivitas yang meliputi mencatat-mencatat, surat-menyurat, pembukuan sederhana, ketik-mengetik, dan kegiatan lain yang sifatnya teknis ketatausahaan. Administrasi secara luas didefinisikan sebagai proses kerjasama antara dua orang atau lebih yang bertujuan untuk mencapai target dengan memanfaatkan sarana dan prasarana tertentu. Sehingga, administrasi adalah sebuah seni sekaligus proses. Sebagai seni, administrasi membutuhkan kiat khusus yang sifatnya kondisional dan situasional karena selalu terkait dengan situasi, kondisi, waktu, dan tempat (Maxmanroe, 2020).

Administrasi mempunyai peran yang cukup penting di perusahaan, karena cenderung berkaitan dengan keuangan, karyawan, dan pihak eksternal dari perusahaan. Administrasi juga digunakan perusahaan untuk menganalisa kondisi keadaan perusahaan dan menjadi pembanding untuk beberapa tahun selanjutnya.

Dalam administrasi penjualan dan pemasaran, hal yang umum dilakukan adalah melakukan administrasi terhadap pemesanan konsumen dan pemesanan produk ke *supplier*. Kuantitas dan motif atau model barang juga harus didetail, agar tidak terjadi kesalahan order, karena akan mempengaruhi proses keuangan saat akan melakukan pembayaran.