

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Profil Perusahaan

PT Markindo Rekateknik merupakan perusahaan *engineering* yang bergerak di bidang industri *coding, marking, & packaging* yang telah didirikan oleh Bapak Ismansyah pada tahun 1990 di Rukan Graha Arteri Mas II Kav. 6-8 Jl. Panjang No. 68 - Kedoya, Jakarta Barat, 11520. Pada awalnya PT Markindo Rekateknik berfokus pada *coding* dan *marking*. Dalam industri *coding* dan *marking*, PT Markindo Rekateknik bekerjasama dengan *VideoJet*. Lalu beberapa tahun terakhir ini PT Markindo Rekateknik mengembangkan bisnisnya dengan *supply* mesin *packaging* dari berbagai vendor impor. PT Markindo Rekateknik saat ini telah memiliki enam kantor cabang yang tersebar di wilayah Indonesia yaitu di Medan, Cikarang, Bandung, Surabaya, Semarang, dan Makassar.



Gambar 2. 1 Logo PT Markindo Rekateknik

Sumber: Data Perusahaan (2021)

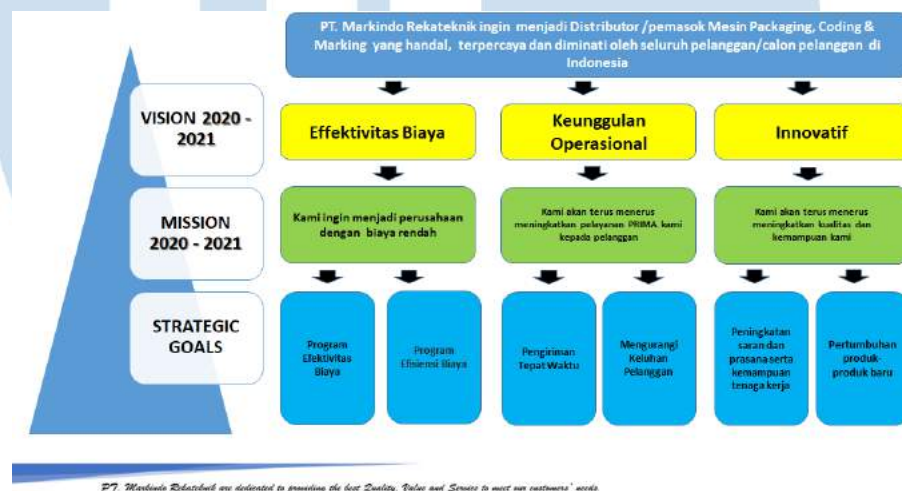
##### 2.1.1 Motto Perusahaan

PT Markindo Rekateknik memiliki motto yang dijalankan selama perusahaan berdiri sebagai arahan untuk masa depan perusahaan yaitu, “*to always give the best service to get cost efficiency, operational excellence, and always be innovative*”. Motto dari PT Markindo Rekateknik adalah ingin selalu memberikan pelayanan yang terbaik dengan biaya yang efisien, memiliki keunggulan operasional, dan selalu inovatif dimana untuk efisiensi biaya itu adalah dengan menjual produk dengan harga yang

terjangkau dan inovatif dimana perusahaan selalu memperluas penjualannya sehingga dapat memenuhi lebih banyak kebutuhan customer.

### 2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Berdasarkan mottonya, PT Markindo Rekateknik memiliki visi dan misi yang merupakan rincian dari motto perusahaan yang dibagi menjadi 3 tingkatan yaitu *vision*, *mission*, dan *strategic goals* yang menjadi tujuan utama perusahaan dalam menjalankan setiap proses bisnisnya. Visi dan misi yang telah disusun sebagai berikut:



Gambar 2. 2 Misi dan Misi PT Markindo Rekateknik

Sumber: Data Perusahaan (2021)

Dari gambar di atas, merupakan bagian dari motto perusahaan yang diturunkan menjadi misi dan tujuan akhir perusahaan.

#### **VISI:**

1. Efektivitas Biaya
2. Keunggulan Operasional
3. Inovatif

#### **MISI:**

1. Menjadi perusahaan yang menjual produk dengan biaya yang rendah
2. Menjadi perusahaan yang dapat meningkatkan pelayanan PRIMA kepada pelanggan
3. Meningkatkan kualitas dan kemampuan perusahaan

### **STRATEGIC GOALS:**

1. Program efektivitas biaya
2. Program efisiensi biaya
3. Pengiriman tepat waktu
4. Mengurangi keluhan pelanggan
5. Peningkatan sarana dan prasarana serta kemampuan tenaga kerja
6. Pertumbuhan produk-produk baru

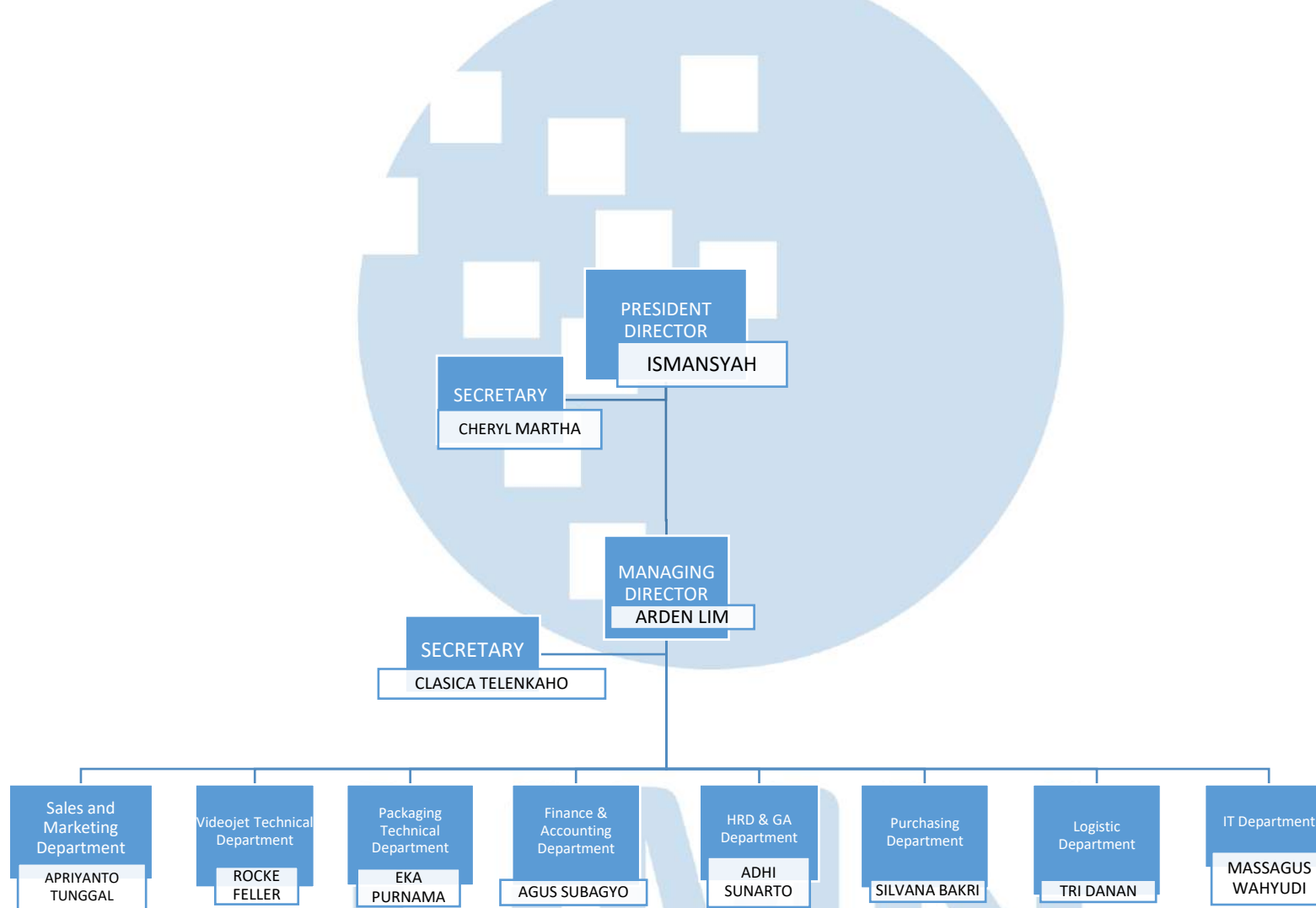
#### **2.1.3 Objektif Perusahaan**

PT Markindo Rekateknik memiliki objektif seperti perusahaan pada umumnya. Objektif perusahaan ini menjadi target bagi perusahaan yang terukur dan menjadi acuan dalam melaksanakan setiap pekerjaan untuk tercapainya seluruh tujuan perusahaan. Objektif PT Markindo Rekateknik sebagai berikut:

1. PT Markindo Rekateknik senantiasa melakukan peninjauan terhadap setiap tata kelola perusahaan.
2. Memastikan bahwa setiap karyawan bekerja disiplin terhadap waktu kerja yang telah ditentukan dan memastikan semua KPI tercapai adalah sama pentingnya untuk mendapatkan produktivitas yang baik.
3. Produktivitas merupakan salah satu indikator kunci di perusahaan, dan penting untuk dicapai pada level yang telah ditetapkan dan dipertahankan pada tingkat yang bisa diandalkan.
4. Lingkungan yang aman, disiplin kerja, dan orientasi pencapaian hasil kerja adalah faktor yang dapat mendorong produktivitas yang lebih baik dan berkelanjutan., dan hal ini membutuhkan kerjasama semua karyawan yang terlibat di dalamnya.

#### **2.2 Struktur Organisasi**

Dalam setiap perusahaan, pastinya memiliki struktur organisasi yang berbeda-beda. Struktur organisasi yang disusun bertujuan untuk mengetahui peran dari setiap karyawan dari berbagai departmen.



Gambar 2. 3 Struktur Perusahaan

Sumber: Data Perusahaan (2021)

## 2.3 Produk-Produk PT Markindo Rekateknik

### 1. Marking and Coding



Gambar 2. 4 Contoh Mesin Marking dan Packaging

(Sumber: <https://markindo.co.id/>, 2021)

#### a. Coding Solution

- Continuous Ink Jet
- Printers
- Thermal Transfer
- Case Coding Labeling
- Laser Marking
- Thermal Inkjet

#### b. Ink Ribbon & Supply



Gambar 2. 5 Contoh Produk Tinta

(Sumber: <https://markindo.co.id/>, 2021)

- Case Coding Ink
- IQMark™ Inks and Supplies
- Continuous Ink Jet Inks
- Molecular CIJ Inks
- Thermal Inkjet Inks

## 2. Packaging Machine



Gambar 2. 6 Contoh Mesin Packaging

(Sumber: <https://markindo.co.id/>, 2021)

- Vertical Form Fill
- Horizontal Form Fill
- Check Weighers
- Multi Head Weigher
- Vertical Mutilane
- Sachet Machines
- Metal Detectors
- X-Ray Inspection System
- Induction Cap Sealing Machines
- Case Packer

## 3. Application

- PET Bottle
- Metal Cans
- Plastic Rigid Container

- d. Flexible Films and Foils
- e. Glass Bottle and Container
- f. Paperboard

## 2.4 Tinjauan Pustaka

### 2.4.1. Management / Manajemen

Menurut (Boddy, 2020), dalam bukunya yang berjudul *Management - Using Practice and Theory to Develop Skill* menyatakan “*management is the activity of intending to add value to resources with the aid of people and other resources*”. Pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa manajemen adalah kegiatan yang bertujuan untuk menambah nilai dan dari sumber daya yang dimiliki dengan bantuan orang dan sumber daya lainnya.

Pada bukunya yang berjudul *Management - A Practical Introduction*, (Kinicki & Williams, 2020) menyatakan “*management is defined as the pursuit of organizational goals efficiently and effectively by integrating the work of people through planning, organizing, leading, and controlling the organization’s resources*”. Dari pertanyaan ini, dapat diartikan bahwa manajemen didefinisikan sebagai mengejar sebuah tujuan organisasi secara efisien dan efektif dengan mengintegrasikan pekerjaan orang melalui perencanaan, pengorganisasian, memimpin, dan mengendalikan sumber daya organisasi. Efektif dan efisien diartikan dengan “*doing things right*” atau melakukan sesuatu dengan benar. Selain itu, Kinicki dan William juga menjelaskan maksud dari “efisien dan efektif”:

- Efisiensi: aspek ini merupakan cara untuk mencapai sebuah tujuan organisasi (*organization’s goals*) dengan menggunakan sumber daya (manusia, uang, bahan baku, dan lainnya) secara bijaksana dan hemat biaya.
- Efektivitas: aspek ini berkaitan dengan tujuan organisasi dengan mencapai hasil, membuat keputusan yang tepat, dan berhasil melaksanakan prosesnya sehingga tercapai juga tujuan organisasinya.

## 2.4.2. Operation Management / Manajemen Operasi

Menurut (Slack & Brandon-Jones, 2019), dalam bukunya yang berjudul *Operation Management* menyatakan “*Operations management is the activity of managing the resources that create and deliver services and products.*” Dari pernyataan tersebut, dapat diartikan manajemen operasi adalah aktivitas mengelola sumber daya yang menciptakan dan memberikan produk dan layanan yang diperkuat oleh teori dari (Schroeder & Goldstein, 2016) yang menyatakan bahwa manajemen operasi berfokus pada keputusan untuk melakukan proses produksi dan pengiriman produk dan layanan perusahaan.

Pada bukunya yang berjudul *Operations Management*, (Stevenson, 2018) menyatakan “*operations management is the management of systems or processes that create goods and/or provide services*” atau dapat diartikan manajemen operasi adalah sistem manajemen atau proses yang menciptakan barang dan atau menyediakan jasa.

Menurut (Schroeder & Goldstein, 2016), terdapat 3 aspek manajemen operasi yang bisa diuraikan:

### 1. *Decisions* / Keputusan

Aspek pertama ini diarahkan pada pengambilan keputusan yang merupakan elemen penting dari manajemen operasi. Hal ini dikarenakan seluruh manajer akan membuat sebuah keputusan, maka dalam sebuah rantai pasokan yang luas, fokus pada sebuah keputusan utama yang diambil perlu dipertanggung jawabkan atas 5 hal yaitu pada proses, kualitas, kapasitas, inventaris, dan rantai pasokan.

### 2. *Function* / Fungsi

Operasi merupakan fungsi utama dari segala organisasi yang bergerak bersamaan dengan pemasaran dan keuangan. Istilah “operasi” mengarah kepada fungsi yang menghasilkan dan menghantarkan barang atau jasa berdasarkan pengambilan



kepuasan dan tanggung jawab yang mengintegrasikan sebuah bisnis.

### 3. *Process / Proses*

Proses ini menjadi landasan perusahaan dalam mendefinisikan sebuah layanan dan operasi manufaktur sebagai proses transformasi dan menjadi dasar untuk analisis proses operasi dalam sebuah organisasi pada seluruh kegiatan *supply chain*.

#### **2.4.3. Supply Chain / Rantai Pasokan**

Menurut (Stevenson, 2018) *operations* dan *supply chain* saling berkaitan dan setiap organisasi bisnis pasti memiliki kedua hal tersebut. “*Supply chain is the sequence of organizations their facilities, functions, and activities -- that are involved in producing and delivering a product or service*” atau dapat diartikan dengan rantai pasokan adalah urutan mengorganisasikan fasilitas, fungsi, dan aktivitas mereka yang terlibat dalam memproduksi dan menyediakan produk atau jasa dimulai dari bahan baku yang diolah dan dikirim kepada konsumen akhir.

(Peter et al., 2015) dalam bukunya yang berjudul *Procurement Principles and Management* menyatakan “*Supply chain includes all those involved in organising and converting materials through the input stages (war material), conversion phase (work-in-progress) and outputs (finished products).*” Dari pernyataan tersebut, dapat diartikan rantai pasokan mencakup semua yang terlibat dalam pengorganisasian dan konversi bahan melalui tahap input (bahan mentah), tahap konversi (proses), dan output (produk jadi). Pernyataan ini diperkuat oleh teori (Schroeder & Goldstein, 2016) pada bukunya yang berjudul *Operation Management in the Supply Chain* yang menjelaskan bahwa *supply chain* adalah jaringan operasi manufaktur dan jasa yang memasok satu sama lain mulai dari bahan mentah, proses produksi, hingga diberikan kepada pelanggan akhir. Pada proses *supply chain*, hal yang disuplai bisa berupa barang fisik, uang, dan informasi yang berjalan sepanjang proses produksi dan distribusinya (Schroeder & Goldstein, 2016).

## 2.4.4. Procurement / Pengadaan

Menurut (Lysons, Kenneth; Farrington, 2016) “*Procurement is the business management function that ensures identification, sourcing, access and management of the external resources that an organisation needs or may need to fulfil its strategic objectives.*” Pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa pengadaan adalah fungsi manajemen bisnis yang memastikan identifikasi, sumber, akses, dan pengelolaan sumber daya eksternal yang dibutuhkan organisasi atau untuk memenuhi tujuan strategisnya. Adanya *procurement* dalam sebuah perusahaan adalah untuk mengeksplorasi peluang pasar pasokan dan untuk menerapkan strategi sumber daya yang dapat memberikan hasil pasokan terbaik bagi organisasi, pemangku kepentingan, dan pelanggannya.

### 2.4.4.1. Prosedur Pengadaan

(Lysons, Kenneth; Farrington, 2016) pada bukunya yang berjudul *Procurement and Supply Chain Management* juga menyatakan bahwa penting untuk adanya sebuah prosedur pengadaan (*procurement*) untuk mengatur cara departemen pengadaan dalam memberikan kontribusinya dan dapat memberikan penjelasan kepada *stakeholders* dan orang lain mengenai prosedur dan pengambilan keputusan.

#### 1. Hal penting dalam prosedur pengadaan:

Prosedur pengadaan akan mengatur:

- Bagaimana sebuah proses pengadaan akan terlibat dalam setiap aspek proses, termasuk dalam mengidentifikasi kebutuhan bisnis dan pengembangannya.
- Kebutuhan untuk menangani hak kekayaan intelektual secara efektif.
- Proses untuk terlibat dengan *supply market*.

- Cara menghindari pembuatan skenario *monopoly supply*.
- Kebutuhan penggunaan diperkirakan seakurat mungkin.
- Mengetahui bagaimana calon *supplier* akan diprakualifikasi, misalnya dengan wawancara.

2. Pemberian otoritas untuk melakukan pembelian

Prosedur pengadaan akan mengatur:

- Siapa dan bagaimana permintaan yang sesuai akan dimulai atau cara lain untuk mengotorisasi pembelian
- Persetujuan anggaran dan keuangan yang sesuai
- Masalah *bills of material* yang sedang berlaku
- Manajemen kebutuhan darurat untuk melakukan pembelian dan mengizinkan standar prosedur untuk bisa dilewati sesuai dengan aturan yang ditetapkan.

3. *Request for Quotation* (RFQ) dan *Invitations to Tender* (ITTs)

- Bagaimana nilai pembelian akan berdampak pada metodologi yang akan diadopsi.
- Konten yang diperlukan saat RFQ atau ITT dikirimkan.
- Metodologi yang akan diterapkan pada evaluasi RFQ atau ITT untuk menghindari pengambilan keputusan yang bias
- Bagaimana dan dalam situasi apa negosiasi akan dilakukan
- Garis waktu untuk pengambilan keputusan

- Bagaimana wewenang untuk membeli ditandatangani
- Bagaimana mengevaluasi resiko yang sesuai dengan pembelian

#### 4. Membuat kontrak terikat secara hukum

Prosedur pengadaan akan mengatur:

- Bagaimana pesanan pembelian diajukan dan diterbitkan
- Bagaimana kontrak satu kali dinegosiasikan dan diterbitkan
- Metodologi untuk menangani pengakuan pesanan dan implikasi dari penerimaan pengakuan penjualan dari *supplier*
- Tindakan apa yang harus diambil ketika *supplier* gagal menandatangani kontrak
- Cara membuat dan memelihara file kontrak

#### 5. Fase manajemen kontrak

Prosedur pengadaan akan mengatur:

- Siapa yang bertanggung jawab atas manajemen kontrak
- Persyaratan untuk penyediaan informasi manajemen yang cepat dari *supplier*
- Keterlibatan pengadaan ketika adanya perselisihan
- Prosedur penerimaan barang dan jasa
- Proses pembayaran
- Prosedur penutupan kontrak
- Feedback dari kinerja *supplier* pada sistem peringkat vendor.

#### 2.4.4.2. E-Procurement

Menurut (Peter et al., 2015) “*E-procurement is the term used to describe the use of electronic methods in every stage of the buying process from identification of requirement through to payment, and potentially to contract management.*” Dapat diartikan *E-procurement* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan penggunaan metode elektronik di seluruh tahapan proses pengadaan atau pembelian yang dimulai dari identifikasi permintaan hingga pembayaran. *E-procurement* memiliki banyak manfaat (Peter et al., 2015):

- Mengurangi siklus waktu pembelian
- Meningkatkan kontrol anggaran
- Menghilangkan kesalahan administrative
- Meningkatkan produktivitas
- Menurunkan harga melalui standarisasi produk dan konsolidasi daya beli
- Manajemen informasi yang lebih baik

Dengan penerapan *E-procurement* ini, memungkinkan perusahaan untuk merancang ulang proses pengadaannya, menghilangkan pekerjaan transaksional yang lambat dan mahal, dan menghasilkan siklus waktu pengadaan yang lebih cepat. Hal ini dilakukan dengan mengeliminasi transaksi *non added value* sehingga dapat meningkatkan produktivitas dan meningkatkan efisiensi perusahaan yang tinggi dimana para staf dimungkinkan untuk lebih konsentrasi secara strategis dalam pekerjaannya dan meningkatkan produktivitas.

Tabel 2. 1 Perubahan workflow dari penerapan e-Procurement

Old Workflow	New Workflow
Paper requisition to buyer	Requisitioner
Telephone supplier	<a href="http://www.com">http://www.com</a>
Order number – enter details	Delivery
Print order – authorize	Consolidated monthly
Separate order copies	summary
Copy order to goods in delivery	Payment
Copy order to accounts	
Invoice match	
Cheque paid to supplier	

Sumber: (Peter et al., 2015)

Pada tabel di atas, adanya perubahan *workflow* proses pengadaan pada sebuah perusahaan dengan menghilangkan transaksi *non-added-value*. Dengan cara ini, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi dan bisa berfokus pada rencana strategis perusahaan.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA