

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan

PT. Intan Permata Sejati merupakan perusahaan milik perorangan. Perusahaan ini bergerak di bidang jasa konstruksi yang menyediakan barang dan jasa untuk keperluan individu maupun kelompok tertentu. PT. Intan Permata Sejati atau yang dikenal dengan singkatan IPS telah berdiri selama 21 tahun dan beroperasi di Kota Jambi dan Kota Kalimantan. Pada awal mulanya perusahaan berdiri, PT. Intan Permata Sejati memiliki *profit center* yang terletak pada *unit* yang berada di Jambi, *unit* yang berada di Palembang, *unit* yang berada di Riau, dan *unit* yang berada di Kalimantan. Seiring berjalannya waktu, perusahaan memfokuskan *unit* yang berada di Jambi dan Kalimantan saja dikarenakan *profit center* di Kota Palembang dan Kota Riau tidak berjalan dengan baik. Tugas dan tanggungjawab perusahaan yaitu memastikan kelancaran dari pengiriman barang berupa *unit excavator* menuju lapangan kerja yang berada di Pulau Kalimantan dan memastikan keselamatan dari jasa operator dan mekanik yang turut serta dalam pengiriman *unit excavator* ke lokasi kerja hingga proyek diselesaikan sesuai dengan batas waktu yang ditentukan.

Perusahaan memiliki rekan tim yang telah dibekali oleh pengetahuan yang luas dalam dunia manajemen serta mahir dalam penggunaan aplikasi untuk membantu kelancaran penjualan perusahaan. Rekan tim yang dimiliki IPS merupakan tim yang telah melewati masa *training* selama persiapan kerja berlangsung. *Training* yang diberikan berupa pengetahuan dasar tentang manajemen, pengenalan program serta aplikasi yang berhubungan dengan manajemen serta pemahaman tentang neraca, laporan laba rugi, dan analisa laporan keuangan.



Gambar 2. 1 Logo Perusahaan

Sumber: Data Pribadi, 2021

Logo dari PT.Intan Permata Sejati merupakan gabungan dari huruf I, huruf P, dan huruf S yang membentuk satu kesatuan gambar. Perusahaan didirikan oleh Rody Gesuri pada tahun 2000 di Kota Jambi dengan akta pendirian No.5 tanggal 10 Desember 2000 oleh Notaris H. Ilmuddin Saleh,SH. Pendirian perusahaan telah disahkan oleh Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia pada tanggal 23 Oktober 2001.

Perusahaan terus mengembangkan jaringannya secara konvensional dengan melakukan kerjasama dengan proyek pemerintahan setempat yang dapat meningkatkan infrastruktur pembangunan Kota Jambi. Selain itu, IPS juga turut serta dalam pembangunan infrastruktur di Pulau Kalimantan dengan pengambilan proyek pemerintah Kota Kalimantan. Perusahaan telah bekerjasama dengan perusahaan besar lainnya seperti PT. Surya Hutani Jaya (SHJ), PT. Trakindo, PT. Hexindo Adiperkasa, dan United Tractors.Tbk sebagai rekan kerja pada unit yang berada di Kota Jambi dan Kota Kalimantan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2 Profil Perusahaan

2.2.1 Lokasi Perusahaan



Gambar 2. 2 Lokasi Perusahaan PT.Intan Permata Sejati

Sumber: Data Pribadi, 2021

PT. Intan Permata Sejati berlokasi di Jl. K.H. Hasyim Azhari No.53,Rt.21 Rw.05,Kel. Rajawali, Jambi, 36143 – Indonesia.

2.2.2 Visi dan Misi Perusahaan

PT. Intan Permata Sejati merupakan perusahaan yang menawarkan jasa maupun *service* dalam bentuk pembuatan atau penggalian tanah dengan menggunakan alat berat atau *excavator*. Agar perusahaan dapat mempercepat laju pertumbuhan, PT. Intan Permata Sejati telah melakukan perjanjian kerjasama dengan beberapa perusahaan yang bergerak dalam bidang dan keahlian yang sama.

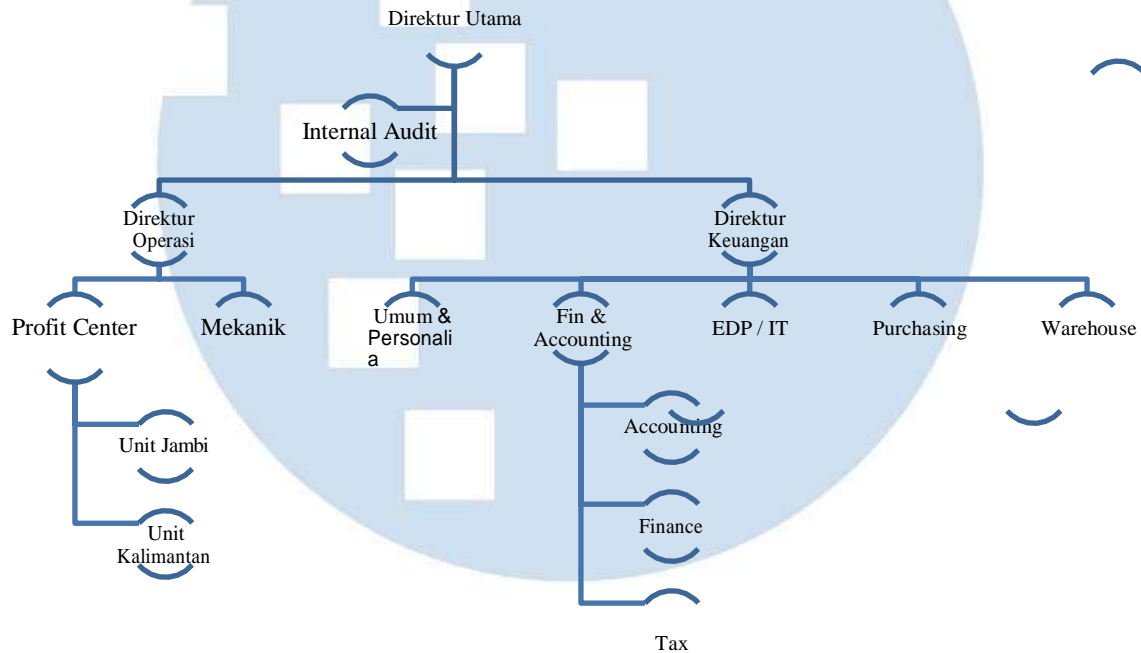
Visi dari perusahaan yaitu menjadikan PT. Intan Permata Sejati sebagai perusahaan yang terkemuka dan terpercaya di bidang pekerjaan kontraktor alat berat.

Misi perusahaan adalah menjadi kontraktor yang bekerja secara *professional*, menjadi kontraktor yang berkomitmen dalam pencapaian target kerja

yang terbaik, menjadi kontraktor yang memperhatikan masalah lingkungan hidup, dan menjadi kontraktor yang menggunakan sistem manajemen modern.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

2.3.1 Struktur Perusahaan



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi IPS

Sumber: Data IPS, 2021

Berdasarkan gambar diatas, penjelasan lengkap mengenai Struktur Organisasi IPS antara lain :

1. *Direktur Utama*

Bertugas sebagai pemimpin dalam perusahaan yang mengelola, serta mengawasi kualitas kerja terhadap seluruh divisi.

2. *Internal Audit*

Bertugas dalam menguji dan mengevaluasi pelaksanaan pengendalian internal perusahaan dan sistem manajemen resiko sesuai dengan kebijakan perusahaan.

3. *Direktur Operasi*

Bertugas dalam seluruh kegiatan operasional perusahaan yang mencakup proses perencanaan hingga pelaksanaan operasional.

4. *Profit Center*

Profit Center dari perusahaan IPS terletak di wilayah Jambi, Kalimantan Timur & Kalimantan Tengah.

5. *Mekanik*

Bertugas dalam perbaikan unit yang rusak dan mengalami kendala pada bagian mesin. Mekanik pada umumnya ditempatkan pada lapangan kerja mengikuti kondisi dan situasi kerja pada saat alat berat sedang bekerja.

6. *Direktur Keuangan*

Bertugas dalam pertanggungjawaban terhadap kinerja keuangan perusahaan, bertanggungjawab dalam pembuatan laporan keuangan, mengawasi dan mengecek alur kas masuk dan keluar perusahaan, serta menyusun strategi dan meningkatkan pertumbuhan keuangan perusahaan.

7. *Divisi Personalia*

Bertugas dalam menyusun anggaran tenaga kerja yang diperlukan; membuat job analysis, job description, dan job specification; mengurus dan mengembangkan skill karyawan; menyeleksi recruitment karyawan.

8. *Divisi Finance , Accounting & Tax*

Bertanggungjawab dalam pengelolaan keuangan, menerima catatan aktivitas keuangan dari bagian finance, memastikan semua dokumen bukti transaksi keuangan dari finance telah lengkap dan benar sesuai standard akuntan.

Tax bertugas dalam hal perpajakan perusahaan. Bertanggungjawab dalam mengatur dan menyiapkan dokumen perpajakan perusahaan, menghitung secara tepat jumlah pajak yang harus ditanggung perusahaan, membayar dan melaporkan pajak secara tepat waktu, serta memperbaharui database pajak milik perusahaan.

9. *Divisi EDP / IT*

Bertugas dalam mempersiapkan dan menyeleksi dokumen serta keakuratan dokumen sebelum data dimasukkan ke dalam komputer.

10. *Divisi Purchasing*

Bertugas dalam pembelian barang, memastikan barang yang dipesan tiba di waktu yang ditentukan, menerima kedatangan barang dan mengecek kualitas barang, melakukan pembayaran barang yang dibeli, melakukan pelaporan atas pembelian yang dilakukan serta menyiapkan dokumentasi faktur, purchase order, work order, dan invoice.

11. *Divisi Warehouse*

Bertanggungjawab mengenai kelancaran pendistribusian dan penataan barang yang ada di gudang. Divisi warehouse juga harus memastikan ketersediaan stok barang dan pendataan jumlah barang ketika dibutuhkan.

2.4 Landasan Teori

2.4.1 Manajemen

Menurut Stephen J. Kneziech, Manajemen merupakan kumpulan dari fungsi-fungsi organisasi yang memiliki tujuan utama yakni menjamin efisiensi dan

efektivitas dari pelaksanaan kebijakan melalui perencanaan, pengambilan keputusan, perilaku kepemimpinan, penyiapan alokasi sumber daya, stimulasi dan koordinasi personil dan iklim organisasi yang kondusif, serta menentukan perubahan esensial fasilitas untuk memenuhi kebutuhan peserta didik dan masyarakat di masa depan (Kneziech, 2019).

Menurut James A.F. Stoner, manajemen adalah proses dari suatu perencanaan, pengorganisasian, dan pemakaian sumber daya demi tercapainya tujuan perusahaan yang telah ditetapkan (Stoner, 2021).

Berdasarkan pendapat dari para ahli yaitu Stephen J. Kneziech dan James A.F. Stoner, dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan kumpulan suatu proses perencanaan, pengorganisasian, penyiapan dan pemakaian sumber daya yang efektif dan efisien dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat serta mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan.

Secara umum, terdapat 4 (empat) fungsi manajemen dalam perusahaan yang terdiri dari *planning*, *organizing*, *leading*, dan *controlling*.

1. *Planning* (Perencanaan)

Diartikan sebagai fungsi dalam manajemen yang lebih berfokus tentang perencanaan sebelum suatu perusahaan melakukan strategi dalam mencapai tujuan perusahaan. Fungsi ini juga merencanakan sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan agar perusahaan dapat berjalan sesuai dengan misi dari perusahaan.

2. *Organizing* (Pengorganisasian)

Fungsi ini merupakan suatu kegiatan pada pengaturan sumber daya manusia dan sumber daya lain yang dimiliki oleh perusahaan dalam menjalankan rencana hingga mencapai tujuan perusahaan.

3. *Leading* (Kepemimpinan)

Fungsi ini berfokus untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi kerja karyawan secara maksimal. Seorang pemimpin juga harus menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan dinamis.

4. *Controlling* (Pengendalian)

Fungsi yang terakhir merupakan suatu aktivitas dalam menilai kinerja berdasarkan standard yang telah ditetapkan yang kemudian diubah maupun diperbaiki bila diperlukan.

Konsep manajemen memiliki banyak jenis didalamnya yang bergantung pada bidang dan divisi yang ingin dicapai (**Widyananda, 2020**) antara lain :

➤ **Manajemen Produksi**

Manajemen ini berfungsi dalam mengatur jalannya produksi dimulai dari bahan mentah hingga barang jadi.

➤ **Manajemen Keuangan**

Manajemen ini berfokus pada kelancaran arus keuangan perusahaan, pendataan mengenai kas masuk dan kas keluar sehingga perusahaan dapat menilai keuntungan dan kerugian perusahaan.

➤ **Manajemen Sumber Daya Manusia**

Manajemen ini membantu perusahaan dalam mengatur *jobdesk* karyawan agar pekerjaan dapat dilakukan secara maksimal sesuai dengan kemampuan yang dimiliki.

➤ **Manajemen Pemasaran**

Manajemen ini bertugas dalam memperkenalkan produk perusahaan kepada masyarakat.

➤ **Manajemen Strategi**

Manajemen ini memiliki kegiatan dalam menyusun, menerapkan, dan melakukan evaluasi atas strategi yang telah diciptakan untuk mencapai tujuan perusahaan.

➤ **Manajemen Administrasi**

Manajemen ini berfungsi dalam memberikan informasi seputar kegiatan administrasi dan akuntansi yang bertujuan untuk menilai standard perusahaan dalam pengambilan operasional.

➤ **Manajemen Operasional**

Manajemen ini menjaga serta merawat mesin, peralatan produksi, melakukan perencanaan dalam kegiatan operasional perusahaan, dan melakukan pengontrolan untuk kualitas bahan baku yang digunakan.

➤ **Manajemen Informasi**

Manajemen ini bertugas dalam pengelolaan data seperti mencari, menyusun, memproses, dan menganalisa serta memperlihatkan data terkait kegiatan perusahaan.

2.4.2 Manajemen Keuangan

Bambang Riyanto menjelaskan bahwa manajemen keuangan merupakan keseluruhan aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan usaha mendapatkan dana yang diperlukan dengan biaya yang minimal dan syarat-syarat yang paling menguntungkan serta usaha untuk menggunakan dana secara efisien (**Riyanto, 2021**).

Menurut J. L. massie, manajemen keuangan merupakan suatu kegiatan operasional didalam bisnis yang bertanggungjawab untuk memperoleh dan menggunakan dana yang diperlukan untuk kelancaran operasional perusahaan yang efektif dan efisien.

Penjelasan mengenai manajemen keuangan berdasarkan para ahli mendapatkan kesimpulan bahwa arti dari manajemen keuangan sebagai suatu aktivitas didalam perusahaan yang bertujuan untuk memperoleh laba sebanyak mungkin dengan biaya seminimal mungkin guna menciptakan sistem operasional yang efektif dan efisien.

Manajemen keuangan memiliki tujuh prinsip yang harus diperhatikan antara lain:

- **Konsistensi**
Sistem dan kebijakan keuangan dari perusahaan harus konsisten dari waktu ke waktu.
- **Akuntabilitas**
Akuntabilitas merupakan kewajiban yang melekat pada individu maupun kelompok untuk menjelaskan penggunaan sumber daya dan pencapaian perusahaan.
- **Transparansi**
Perusahaan harus bersifat terbuka dalam menyediakan informasi yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan kepada pemangku kepentingan.
- **Kelangsungan hidup**
Kelangsungan hidup artinya pengeluaran perusahaan harus sebanding dengan dana yang diterima.
- **Integritas**
Laporan keuangan yang diciptakan harus terjaga integritasnya melalui kelengkapan dan keakuratan dalam pencatatan keuangan.
- **Pengelolaan**
Perusahaan harus dapat mengelola keuangannya dengan baik dan menjamin bahwa dana yang digunakan berguna untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.

- **Standar akuntansi**

Sistem akuntansi yang digunakan perusahaan harus sesuai dengan prinsip dan standarisasi akuntansi yang berlaku.

Tingkat kesuksesan suatu perusahaan tidak hanya dinilai dari pengelolaan manajemen yang baik. Terdapat jiwa *entrepreneurship* yang membangun perusahaan sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan.

2.4.3 Entrepreneurship

Entrepreneurship menurut Robbin & Coulter merupakan proses saat seseorang melakukan upaya yang terorganisir untuk menghasilkan suatu nilai yang sesuai dengan keinginan. Hal tersebut didapat setelah melewati proses inovasi dengan memanfaatkan sumber daya yang ada (Robbin & Coulter, 2021).

Menurut Hermawan Kartajaya, *entrepreneurship* merupakan segala upaya seseorang untuk membuat konteks nilai melewati proses pemantauan dalam kesempatan bisnis, membina manajemen guna menghindari bisa jadi timbulnya resiko, serta keterampilan berkomunikasi dan memanfaatkan sumber daya di sekitarnya (Kartajaya, 2021).

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *entrepreneurship* merupakan kemampuan seseorang dalam memanfaatkan sumber daya yang tersedia serta kemampuan dalam melihat peluang bisnis yang ada guna menghindari resiko dari terjadinya kegagalan suatu usaha.

Seseorang yang memiliki jiwa *entrepreneurship* memiliki sifat-sifat (**Riadi, 2020**) sebagai berikut:

- Percaya diri akan pendapat dan saran dari orang lain yang disaring sebagai masukan yang memotivasi.

- Berorientasi pada tugas dan hasil yang berfokus pada prestasi yang ingin dicapai.
- Pengambilan resiko dengan penuh pertimbangan yang matang.
- Jiwa kepemimpinan yang tegas dan mau menerima kritikan.
- Menimbulkan ide-ide baru dan mampu merealisasikan ide tersebut.
- Berorientasi pada masa depan dengan menyusun perencanaan dan strategi yang matang.
- Kreativitas dan inovasi.

2.4.4 Intrapreneurship

Intrapreneurship menurut Sofyan Ramadhan merupakan sebuah sikap dan jiwa entrepreneurship yang harus dimiliki seseorang yang mampu bekerja secara mandiri dalam suatu organisasi (Sofyan Ramadhan, 2020)

Menurut Princhott, *Intrapreneur* merupakan istilah bagi seseorang yang berada dalam suatu perusahaan yang berfokus pada kreativitas dan inovasi dalam mengembangkan bisnis perusahaan yang sedang dikelola dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. (Kho, 2020)

Kesimpulan dari *Intrapreneurship* yakni sebuah strategi untuk mendorong seseorang menjadi lebih kreatif dan berinovasi dalam suatu perusahaan serta meningkatkan kemampuannya dalam proses pengambilan keputusan. Dari definisi yang telah dijelaskan, seorang *intrapreneur* memiliki beberapa karakteristik dalam jiwa intrapreneurship antara lain:

- Menciptakan usaha baru
- Inovasi produk atau layanan
- Berani mengambil resiko
- Proaktif dalam memimpin perusahaan
- Proses inovasi

2.4.5 Innovation

Perusahaan yang terus berkembang tentunya harus selalu berinovasi dalam produk serta layanannya agar dapat bersaing dengan *market* yang ada. Pengertian inovasi menurut Everett M. Rogers merupakan suatu ide, gagasan, objek, dan praktik yang dilandasi dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang maupun sekelompok tertentu untuk diimplementasikan ataupun direalisasikan (Fa'izah, 2021).

Inovasi sendiri memiliki tiga elemen penting untuk membentuk suatu kesatuan yang utuh. Inovasi berkaitan dengan *input*, *proses*, dan *output*. Elemen *input* berupa pola pemikiran atau ide yang timbul sehingga membentuk pada penemuan baru. Elemen *proses* berorientasi pada metode atau cara mengimplementasikan input tersebut dalam rangka menghasilkan sesuatu yang baru. Dan elemen *output* sendiri merupakan hasil akhir dari elemen input dan proses sehingga menciptakan sesuatu yang baru.

2.4.6 Marketing

Menurut Willian J. Staton, *marketing* artinya sebuah sistem dalam kegiatan bisnis yang berguna untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan serta mendistribusikan barang dan jasa yang bertujuan untuk memenuhi keinginan konsumen (Staton, 2021)

Marketing menurut Basu Swastha Dharmamesta dan T. Hani Handoko mendefinisikan *marketing* sebagai suatu proses kegiatan perencanaan, pengelolaan suatu barang dan jasa, penetapan harga barang serta jasa sehingga dalam proses pendistribusiannya dapat memenuhi kebutuhan konsumen untuk menghasilkan laba perusahaan (Dharmamesta et al., 2021).

Menurut Kotler dan Keller, konsep dalam *marketing* terdiri dari 4P antara lain (Kotler et al., 2011):

- **Produk (*Product*)**
Produk merupakan sesuatu yang dapat diperjual-belikan untuk memperoleh ketertarikan dari konsumen dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen.
- **Harga (*Price*)**
Harga disebut suatu nilai atau kualitas yang dapat ditukarkan konsumen dengan suatu produk atau jasa guna mendapatkan manfaat yang sama dengan pengorbanan yang dikeluarkan.
- **Tempat (*Place*)**
Tempat merupakan suatu kegiatan dari perusahaan untuk menyediakan produk dan jasa yang meliputi transportasi, lokasi, pergudangan, dan lainnya.
- **Promosi (*Promotion*)**
Promosi termasuk kegiatan atau aktivitas yang dilakukan untuk menjelaskan manfaat dari suatu produk agar konsumen tertarik untuk membeli produknya.

2.4.7 Digital Marketing

Pengertian *digital marketing* merupakan suatu kegiatan promosi produk atau jasa yang bertujuan untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara tepat melalui media digital atau internet. Menurut Heidrick & Struggles, *digital marketing* menggunakan perkembangan dunia digital untuk melakukan periklanan yang tidak dilakukan secara langsung akan tetapi memiliki efek yang berpengaruh terhadap penjualan suatu produk atau jasa. Menurut Kleindl & Burrow, *digital marketing* merupakan suatu proses perencanaan dan pelaksanaan dari konsep atau

gagasan sebagai landasan dalam pemeliharaan hubungan yang saling menguntungkan antara produsen dan konsumen (Mekari, 2021).

Digital marketing yang tumbuh dan berkembang mengikuti perkembangan zaman memiliki beberapa jenis didalamnya antara lain:

- *Website*
Website sangat berperan dalam menunjukkan profesionalisme perusahaan, membantu konsumen untuk mengenal produk perusahaan.
- *Search Engine Marketing (SEM) & Search Engine Optimization (SEO)*
Upaya untuk menjadikan website perusahaan lebih mudah ditemukan dalam sistem mesin pencari seperti google.
- *Social Media Marketing*
Suatu bentuk pemasaran yang menggunakan platform sosial media yang mempermudah perusahaan dalam menargetkan pangsa pasar.
- *Online Advertising*
Media promosi melalui internet dengan harga yang lebih mahal
- *Email Marketing*
Media promosi melalui email untuk memberitahukan pelanggan mengenai informasi terbaru produk atau jasa suatu perusahaan.
- *Video Marketing*
Media promosi yang menggunakan video untuk menjelaskan suatu produk serta cara penggunaannya kepada pelanggan dan calon pelanggan.

Perusahaan yang menggunakan strategi digital marketing tentu telah membuahkan hasil yang maksimal. Keunggulan dari penggunaan digital marketing yaitu:

MULTIMEDIA
NUSANTARA

☞ **Kecepatan penyebaran jaringan**

Strategi pemasaran yang menggunakan media digital dapat diukur secara realtime, cepat dan tepat.

☞ **Kemudahan evaluasi**

Informasi dari kegiatan pemasaran dapat diketahui secara langsung seperti jumlah orang yang melihat produk, persen konversi penjualan dari setiap iklan, dan waktu yang dibutuhkan calon konsumen ketika melihat produk.

☞ **Jangkauan dan cakupan yang lebih luas**

Penyebaran produk yang lebih luas dengan memanfaatkan internet.

☞ **Murah dan efektif**

Biaya anggaran yang dibutuhkan lebih hemat dan penggunaan yang lebih efektif.

☞ **Membangun nama *brand* dari produk**

Eksistensi dunia maya dengan keberadaan *brand* sangat penting dikarenakan calon konsumen akan melakukan pencaharian informasi produk secara *online* sebelum membeli produk yang diinginkan.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA