

BAB II

GAMBARAN PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat PT Karya Mega Sarana (KAMESA)



Gambar 2. 1 PT Karya Mega Sarana

Sumber: google maps, 2020

PT. Karya Mega Sarana merupakan perusahaan produsen kabel atau konduktor sebagai *HV Transmission Supplier* yang berlokasi di Jl. Raya Mustikasari No. 28, Bantar Gebang, Kota Bekasi 17151. Pada tanggal 14 Maret 2007, Perusahaan didirikan dan diberi nama PT Kabel Metal Internusa. Kemudian setelahnya nama singkat KAMESA diperkenalkan dan secara resmi terdaftar. Perusahaan kemudian mengubah namanya menjadi PT Karya Mega Sarana, dengan tetap mempertahankan nama singkatnya, KAMESA. KAMESA dalam 5 tahun pertamanya sebagai perusahaan dagang, melakukan impor dan penjualan kabel *HV UGC* dan aksesorisnya, *OPGW*, serta peralatan transmisi *OHL*.

Perusahaan ini bergerak dengan menjadi pabrik konduktor OEM pada tahun 2012, dan menghentikan kegiatan usahanya dengan mendirikan PT Kamesa Putra Pratama sebagai anak perusahaan yang tergabung dalam

KAMESA Group. PT Kamesa Putra Pratama dalam hal ini meningkatkan kemampuan dalam jaringan saluran udara, kabel listrik bawah tanah, dan kabel listrik bawah laut. Adapun anak perusahaan lain dalam KAMESA Group yaitu PT. Persada *Engineering & Contracting* yang memiliki kemampuan profesional dalam pengerjaan proyek sistem kabel bawah laut meliputi perencanaan dan peletakan kabel bawah laut, inspeksi dan pemeliharaan kabel bawah laut, serta *engineering*, pengadaan, dan konstruksi sistem kabel bawah laut.

PT Karya Mega Sarana mengajukan permohonan untuk menjadi pabrik konduktor sepenuhnya dan memperoleh Izin Usaha Industri dan kemudian mendaftarkan kembali merek sendiri, bernama ALUCON. Pada 9 Februari 2017, Perusahaan mendapat lisensi dari *CTC Global Corp.* USA untuk memproduksi dan menjual *Aluminium Conductor Composite Core (ACCC)*. PT Karya Mega Sarana diarahkan untuk menjadi produsen konduktor terbaik dan terkemuka di Indonesia dan memberikan dukungan terbaik kepada PT Perusahaan Listrik Negara (PLN) untuk terus meningkatkan Jaringan Transmisi dan Distribusi, khususnya Saluran Udara

PT Karya Mega Sarana ini secara resmi telah mendapatkan berbagai sertifikasi dan standarisasi nasional maupun internasional. Pada tanggal 16 Oktober 2018, Perusahaan memperoleh sertifikat SPM (Sistem Pengawasan Mutu) dan Uji Tipe ACSR/AS 250 dan ACSR/AS 450 dari Pusat Sertifikasi PLN (PUSERTIF). Pada tahun 2017 perusahaan memperoleh Sertifikat ISO 9001:2015 dari *British Standards Institution (BSI)*. Perusahaan juga membentuk sistem manajemen keselamatan dan kesehatan kerja karyawan dengan memperoleh sertifikat PP SMK3 Nomor 50/2012 yang dikeluarkan oleh Kementerian Tenaga Kerja Republik Indonesia dan OHSAS 18001: 2007 dari Sertifikasi MSA. Selain itu, perusahaan menerapkan sistem manajemen lingkungan dengan memperoleh ISO 14001:2015.

2.2 Visi dan Misi PT Karya Mega Sarana (KAMESA)

2.2.1 Visi PT Karya Mega Sarana (KAMESA)

Visi merupakan sebuah pernyataan singkat yang mencakup cita-cita jangka panjang dari sebuah perusahaan atau organisasi. Visi memberikan gambaran mengenai arah dan tujuan utama yang ingin dicapai oleh

perusahaan atau organisasi tersebut, sehingga dapat menjadi motivasi dan fokus dalam mengembangkan bisnis dan strategi jangka panjang. Untuk visi PT. Karya Mega Sarana sendiri adalah “Menjadi mitra yang terpercaya dan inovatif”.

2.2.2 Misi PT Karya Mega Sarana (KAMESA)

Misi merujuk pada serangkaian langkah atau proses yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan atau organisasi untuk mencapai visi yang telah ditetapkan. Selain itu, misi juga dapat diartikan sebagai tujuan mengapa sebuah organisasi atau perusahaan tersebut hadir di tengah masyarakat. PT Karya Mega Sarana menetapkan misi untuk mencapai tujuannya, yang meliputi:

- 1) Menghasilkan jasa yang berkualitas dan memuaskan pelanggan
- 2) Meningkatkan kemampuan dan keahlian sumber daya manusia (SDM) perusahaan.
- 3) Mengadakan evaluasi dan perbaikan penerapan Sistem Manajemen Mutu dan K3 secara berkesinambungan.
- 4) Mensejahterakan seluruh karyawan perusahaan.
- 5) Memberikan keuntungan bagi pemberi kerja dan pemegang saham.

2.3 Logo Perusahaan

Logo perusahaan adalah sebuah simbol atau gambar yang merepresentasikan identitas suatu perusahaan. Logo ini biasanya terdiri dari unsur-unsur seperti warna, bentuk, dan huruf yang dirancang secara khusus untuk mencerminkan karakteristik dan nilai-nilai perusahaan.

Logo PT Karya Mega Sarana atau KAMESA yang berwarna merah dan latar belakang putih polos diasumsikan bahwa warna merah mewakili semangat, keberanian, dan keberhasilan, sedangkan latar belakang putih melambangkan kesucian, kesederhanaan, dan kejujuran. Kedua elemen tersebut menggambarkan karakteristik yang diinginkan oleh perusahaan dalam menghadapi tantangan bisnis dan memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan. Oleh karena itu, logo KAMESA dapat diartikan sebagai perusahaan yang selalu bersemangat dan

berani menghadapi tantangan, sederhana dan jujur dalam memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan. Dengan demikian, logo tersebut menjadi simbol identitas perusahaan yang dapat dikenali oleh pelanggan dan masyarakat luas.

KAMESA

Gambar 2. 2 Logo Perusahaan PT Karya Mega Sarana

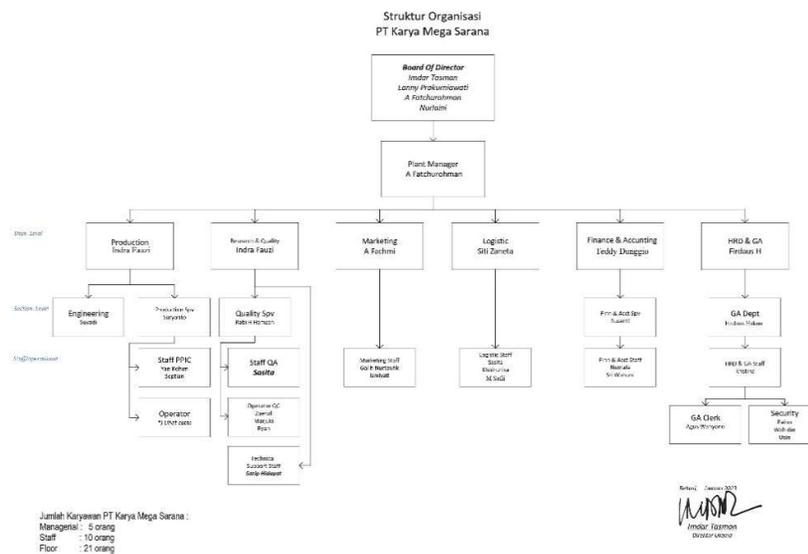
Sumber: www.kamesa.co.id



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.4 Struktur Organisasi

Struktur organisasi perusahaan mencakup hierarki yang menjelaskan pembagian peran dan tanggung jawab berdasarkan posisi atau jabatan. Pembentukan struktur organisasi bertujuan mengatur industri dengan menempatkan individu yang memiliki keterampilan dan keahlian yang sesuai dengan bidangnya. Menempatkan individu dalam posisi yang sesuai dengan kemampuan mereka juga membantu *Human Resources Departement (HRD)* dalam menentukan gaji karyawan. Struktur organisasi memainkan peran penting dalam mengatur tugas-tugas secara logis untuk memastikan pelaksanaan yang efisien dan efektif. Fungsi lain dari struktur organisasi adalah menetapkan siapa yang bertanggung jawab untuk menyusun dan menerima laporan. Hierarki organisasi merujuk pada hubungan antara anggota organisasi dan menentukan posisi senior dan junior serta akuntabilitas yang benar.



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi di PT Karya Mega Sarana (KAMESA)

Sumber: Dokumentasi PT Karya Mega Sarana, 2020

Gambar diatas merupakan struktur organisasi perusahaan secara keseluruhan, dimana tahta tertinggi dipimpin oleh BOD (*Board Of Directors*)

yang terdiri dari 4 orang yaitu bapak Imdar Tasman, ibu Lanny Prakurniawati, bapak A Fatchurohman, dan ibu Nurlaini. Secara keseluruhan, *Board of Directors* memainkan peran penting dalam memastikan kesuksesan jangka panjang perusahaan. Mereka memberikan arahan strategis, mengelola risiko, mengawasi kinerja keuangan, dan memastikan bahwa perusahaan beroperasi secara bertanggung jawab dan etis.

Lalu untuk *plant manager* di PT Karya Mega Sarana dipimpin oleh bapak A. Fatchurohman, yang mana tugas dari *plant manager* sendiri yaitu mampu merancang dan menerapkan strategi operasional yang efektif, mengelola anggaran produksi, meningkatkan efisiensi, memimpin dan mengelola tim produksi, serta memastikan keamanan dan keselamatan karyawan dan fasilitas produksi. Selain itu, *Plant Manager* harus memiliki pengetahuan yang luas mengenai manufaktur dan manajemen produksi serta kemampuan untuk menyelesaikan masalah dengan cepat dan efektif

PT Karya Mega Sarana terbagi menjadi 6 departement, diantaranya:

1) *Production*

Departement *production* yang dipimpin oleh bapak Indra Fauzi ini bertugas untuk merencanakan dan menjadwalkan produksi kabel, mengoperasikan mesin produksi, memelihara serta memperbaiki peralatan untuk memastikan kapasitas dan kualitas produksi yang konsisten. Selain itu departement ini juga harus menjaga lingkungan yang bersih dan aman, dan wajib memeriksa dan memelihara peralatan produksi secara teratur.

2) *Research & Quality*

Departemen *Research & Quality* dipimpin oleh bapak Indra Fauzi yang bertanggung jawab untuk memastikan bahwa produknya memenuhi standar kualitas yang disyaratkan, beberapa tanggung jawabnya yaitu menjaga perusahaan tetap *up to date* untuk perkembangan baru dalam produksi dan pemasangan kabel, memberikan panduan dan dukungan kepada departemen produksi

untuk memastikan bahwa persyaratan pelanggan terpenuhi, membantu memimpin dalam peningkatan kualitas.

3) *Marketing*

Departemen *Marketing* yang dipimpin oleh bapak A. Fachmi ini adalah departemen dimana penulis diposisikan, *marketing* bertanggung jawab terhadap perencanaan dan strategi pemasaran yang telah dirumuskan, membangun dan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan dan memberikan hasil yang optimal bagi perkembangan dan kemajuan perusahaan.

4) *Logistic*

Departemen *logistic* yang dipimpin oleh ibu Siti Zaneta bertanggung jawab untuk mengelola aliran barang ke customer. Beberapa tugas dan tanggung jawab departemen *logistic* diantaranya yaitu mengelola *inventory levels* untuk memastikan bahwa ada cukup stok untuk memenuhi permintaan *customer*, merencanakan, mengimplementasikan, dan mengendalikan aliran dan penyimpanan barang dan jasa yang efisien dan efektif, mengelola masuk dan keluarnya transportasi, mengelola pergudangan dan penanganan material kabel, mengelola perencanaan pasokan/permintaan, mengelola penyedia layanan logistik pihak ketiga, pengemasan dan perakitan, memfasilitasi komunikasi antara tahap produksi, penjualan, dan distribusi untuk mendorong rantai pasokan yang efisien.

5) *Finance & Accounting*

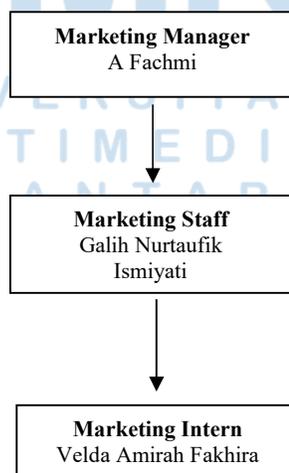
Departemen *finance & accounting* dipimpin oleh Teddy Dunggio yang memiliki peran penting dalam memastikan bahwa tujuan keuangan perusahaan terpenuhi. Departemen ini merencanakan, mengimplementasikan, dan mengawasi strategi keuangan perusahaan, mengawasi sistem organisasi untuk mengumpulkan data, menganalisis informasi dan memastikan keakuratan laporan keuangan, serta memahami semua jenis operasi keuangan di perusahaan, menganalisis data keuangan yang disiapkan oleh

akuntan, memantau status keuangan perusahaan, dan menyiapkan serta menginterpretasikan laporan keuangan. Selain itu, departemen ini membuat saran tentang strategi perusahaan secara keseluruhan untuk memenuhi tujuan tentang transaksi keuangan, menyediakan akuntansi keuangan yang dapat diandalkan dan dapat dimengerti, dan memberikan informasi yang membantu manajer mengontrol aktivitas dalam perusahaan dan memutuskan produk apa yang akan dijual.

6) *Human Resource Development & General Affair (HR & GA)*

Departemen HR & GA yang dipimpin oleh bapak Firdaus Hakim memiliki peran penting dalam memastikan bahwa kebijakan dan prosedur Sumber Daya Manusia (SDM) diterapkan secara efektif, merekrut dan mempekerjakan karyawan dan internship, memberikan orientasi dan pelatihan bagi karyawan baru dan internship, mengelola tunjangan dan kompensasi karyawan, mengelola hubungan karyawan dan menyelesaikan konflik, mengelola kinerja karyawan dan melakukan evaluasi dari kinerja tersebut.

Adapun struktur organisasi pada departemen penulis sendiri yaitu departemen *marketing* meliputi:



Gambar 2. 4 Struktur Organisasi Departemen *Marketing*

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

Struktur diatas merupakan struktur departemen *marketing*, struktur dan alur kerja ini dirancang untuk mengoptimalkan efisiensi dan efektivitas dalam menyusun dan mengolah berbagai dokumen dan informasi yang relevan.

Pertama, *Marketing Manager* memiliki peran penting dalam berinteraksi langsung dengan pelanggan, mengidentifikasi kebutuhannya, dan melakukan penawaran harga. Dalam proses ini, *Marketing Manager* mengumpulkan informasi penting tentang pelanggan, termasuk preferensi mereka, respons mereka terhadap penawaran, dan setiap kritik atau saran yang mereka berikan.

Informasi tersebut kemudian diteruskan kepada *Marketing Staff*, yang dalam hal ini berperan sebagai *supervisor* penulis. Pada titik ini, *Marketing Staff* berfungsi sebagai pengumpul dan pengolah data yang bertugas untuk mengidentifikasi informasi apa yang akan digunakan dalam dokumen perusahaan. Misalnya, hal ini bisa melibatkan analisis data harga yang telah diperoleh dari *Marketing Manager*, lalu memutuskan informasi mana yang relevan untuk tujuan perusahaan.

Akhirnya, tugas pembuatan dokumen disampaikan kepada *Marketing Intern* dimana penulis diposisikan. Dalam peran ini, *Marketing Intern* mendapatkan kesempatan untuk membantu dalam berbagai aspek, seperti penginputan data, verifikasi, dan penyusunan dokumen. Selain itu, hal ini juga memberikan penulis kesempatan untuk belajar tentang dinamika kerja dalam departemen *marketing* PT Karya Mega Sarana dan memahami aktivitas, proses dan tanggung jawab yang berbeda.