

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo PT Intiboga Sukses Berjaya

(Sumber: <https://lokercepat.id/accounting-staff-inti-boga-sukses-berjaya/>)

PT. Intiboga Sukses Berjaya adalah sebuah perusahaan yang berfokus pada industri makanan di Indonesia, dengan fokus utama pada penyediaan makanan dan dukungan pemasaran bagi restoran-restoran di seluruh negeri. Sejak didirikan, perusahaan telah menjadi pilihan utama bagi pelaku usaha makanan yang menginginkan layanan promosi yang komprehensif. Dengan konsep "One Stop Promotion", perusahaan ini menawarkan solusi lengkap untuk meningkatkan citra merek, penjualan, dan daya saing perusahaan klien kami.

Perjalanan PT. Intiboga Sukses Berjaya dimulai dengan visi untuk menjadi pionir dalam industri penyedia makanan dan pemasaran restoran di Indonesia. Dibangun oleh tim yang berpengalaman dan profesional, perusahaan telah tumbuh menjadi salah satu pemain utama dalam bidangnya. Dengan dukungan dari staf yang berpengalaman dan telah terbukti dalam menyediakan layanan media iklan indoor dan outdoor, kami telah berhasil membangun reputasi sebagai mitra yang dapat diandalkan.

Salah satu keunggulan utama perusahaan ini adalah komitmen perusahaannya untuk memahami kebutuhan dan tujuan kliennya. Perusahaan ini juga percaya bahwa dengan menyediakan layanan yang optimal, efektif, dan efisien, kami dapat

membantu klien kami mencapai target mereka dengan lebih baik. Target client menjadi fokus utama, dan berusaha untuk memberikan dukungan terbaik untuk membantu mereka mencapai kesuksesan dalam bisnis mereka.

Pada PT Intiboga Sukses Berjaya ini merupakan sebuah perusahaan restoran yang terbagi menjadi 2 restoran. Restoran yang bekerja sama dengan PT Intiboga Sukses Berjaya ini adalah Rempah Bistro dan Rempah Manis. Kedua restoran ini memiliki system kerja yang berbeda. Dimana pada Rempah Bistro ini sudah memiliki 17 outlet di Indonesia. Sedangkan Rempah Manis hanya memiliki 3 outlet saja.



Gambar 2.2 Member of ISB (Sumber: LinkedIn PT ISB)

PT Intiboga Sukses Berjaya bekerja sama dengan 2 restoran yaitu Rempah Bistro dan Rempah Manis. Dalam kedua restoran ini memiliki menu makanan yang berbeda.

1. Rempah Bistro



Gambar 2.3 Logo Rempah Bistro (Sumber:

https://www.instagram.com/remphabistro?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==)

Rempah Bistro merupakan salah satu perusahaan yang bekerja sama dengan PT Intiboga. Rempah Bistro juga memiliki tagline yang selalu digunakan yaitu “A True Indonesian Taste. Yang dimana artinya mereka akan selalu mengutamakan rasa khas Indonesia pada makanannya. Rempah Bistro ini merupakan sebuah konsep restoran Indonesia yang bergaya modern-casual elegan yang merupakan tempat menikmati makanan dan minuman dengan suasana bistro yang nyaman, santai dan homey bersama keluarga, teman, maupun relasi. Rempah Bistro menciptakan pengalaman bersantap yang menyenangkan dengan menyajikan masakan khas Indonesia yang dikenal keotentikannya dengan menu spesial "Rendang" seperti Rendang Singkarak, Rendang Jawa, Rendang Warisan dan "Nasi Kendil". Menu Rempah Bistro terinspirasi dari keanekaragaman masakan khas dari berbagai daerah Indonesia, dimana menggunakan perpaduan teknik memasak tradisional serta penggunaan rempah-rempah berkualitas untuk menyajikan variasi makanan modern yang lezat, sehingga dapat menghadirkan masakan Indonesia terbaik. Rempah Bistro berkomitmen untuk menjadi salah satu restoran Indonesia terbaik bagi pecinta kuliner Indonesia serta mewariskan budaya Indonesia yang beraneka ragam melalui kreativitas anak bangsa dengan masakan Indonesia.

Seperti yang kita tahu bahwa Rempah Bistro ini memiliki 17 outlet di Indonesia. Beberapa outlet dari Rempah Bistro ini terdapat di Jabodetabek dan di luar Jabodetabek. Contohnya seperti di Jakarta, Tangerang, Depok, Bogor, Banjarmasin, Makasar, Bandung dan Samarinda.

Nama-nama outlet di Jabodetabek dan luar Jabodetabek di Rempah Bistro:



Gambar 2.4 Outlet RB Jabodetabek (Sumber:

https://www.instagram.com/rempahbistro?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==)



Gambar 2.5 Outlet RB Luar Jabodetabek (Sumber:

https://www.instagram.com/rempahbistro?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==)

Gambar di atas merupakan lokasi outlet Rempah Bistro di Jabodetabek dan di Luar Jabodetabek. Pada hal di atas di Jabodetabek 4 lokasi, yaitu di Jakarta, Bogor, Depok dan di Tangerang. Sedangkan di luar Jabodetabek outletnya ada di Bandung, Makassar, Samarinda, dan Banjarmasin.

Selain itu juga Rempah Bistro ini memiliki akun Instagram yang memiliki followers cukup banyak. Biasanya di Instagram inilah Rempah Bistro mempromosikan dan memberitahukan seperti location dan buku menu. Rempah Bistro juga sudah bisa di order melalui aplikasi seperti Via GoFood, GrabFood dan ShopeeFood. Contoh promosi dan menu favorite yang ada di intagram Rempah Bistro sebagai berikut:



Gambar 2.6 Menu Favorite RB (Sumber:

https://www.instagram.com/rempahbistro?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNIZDc0MzIxNw==)



Gambar 2.7 Menu Dessert RB (Sumber:

https://www.instagram.com/rempahbistro?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNIZDc0MzIxNw==)

Pada gambar di atas merupakan makanan favorite yang ada di Rempah Bistro. Nasi kendil merupakan salah satu makanan favorite. Nasi kendil ini memiliki rasa khas Nusantra. Selain itu juga di Rempah Bistro memiliki menu dessert yang menjadi salah satu favorite juga di Rempah Bistro.



Gambar 2.8 Promosi RB (Sumber:

https://www.instagram.com/remphabistro?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNIZDc0MzIxNw==)

Gambar di atas adalah contoh promosi yang di upload melalui media social instagram Rempah Bistro. Di instagram tersebut sudah di upload beserta syarat dan ketentuan untuk mendapatkan promo tersebut.

2. Rempah Manis



Gambar 2.9 Logo Rempah Manis

(Sumber: https://www.instagram.com/rempah_manis?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNIZDc0MzIxNw==)

Rempah Manis merupakan sebuah tempat catering seperti lunch box. Selain lunch box, Rempah Manis juga menyediakan paket acara seperti hampers, tumini dan tumpeng. Rempah Manis memiliki menu yang khas Nusantara. Pada Rempah Manis ini memiliki 3 outlet, yaitu Rempah Manis Sunter, Rempah Manis Benhil dan Rempah Manis Taman Ratu. Berikut adalah lokasi dan tempat beroperasinya Rempah Manis:

1. Rempah Manis Metro Sunter



Gambar 2.10 Lokasi RM Metro Sunter

(Sumber: <https://www.facebook.com/rempahmanis/>)



Gambar 2.11 Resto RM Metro Sunter

(Sumber: Dokumen Pribadi)

Gambar di atas menunjukkan lokasi restoran pada outlet Rempah Manis Metro Sunter. Gambar di atas sudah menunjukkan nomor Whatapps yang dapat dihubungi untuk memesan makanan cetring.

2. Rempah Manis Benhil



Gambar 2.12 Resto RM Benhil

(Sumber: Dokumen Pribadi)

Gambar di atas yaitu restoran dari outlet Rempah Manis yang ada di Benhil. Pada awalnya outlet tersebut disebut dengan Rempah Manis Tebet dan sekarang diganti menjadi Benhil. Pada gambar di atas juga sudah menunjukkan nomor yang bisa di hubungi untuk memesan.

3. Rempah Manis Taman Ratu



Gambar 2.13 Resto RM Taman Ratu

(Sumber: Dokumen Pribadi)



Gambar 2.14 Lokasi RM Taman Ratu

(Sumber: <https://www.facebook.com/rempahmanis/>)

Gambar di atas adalah tempat beroperasinya Rempah Manis di outlet Taman Ratu. Biasanya outlet tersebut paling banyak pemesanannya. Dimana outlet ini dapat dikatakan paling banyak pendapatannya. Gambar di atas juga sudah menunjukkan nomor yang bisa di hubungi dan lokasi yang lengkap.

Itulah lokasi atau tempat beroperasinya dari ketiga outlet Rempah Manis tersebut. Adapun contoh menu lunch box, hampers dan tumpeng pada Rempah Manis, berikut adalah contohnya :



Gambar 2.15 Paket Tumini RM (Sumber:

https://www.instagram.com/rempah_manis?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNIZDc0MzIxNw==)

Gambar di atas merupakan paket tumini dan tumpeng dari Rempah Manis. Biasanya paket ini di pesan saat ada acara keluarga, syukuran dan sebagainya. Menu di atas juga sudah menampilkan harga dan foto yang jelas. Sehingga hal ini tidak membuat para konsumennya bingung dan lebih mudah di mengerti. Harga yang dicantumkan belum termasuk ongkir yang akan di kirim ke alamat tujuannya.



Gambar 2.16 Paket Hampers RM (Sumber:

https://www.instagram.com/rempah_manis?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNIZDc0MzIxNw==)

Gambar di atas yaitu paket hampers yang memiliki bentuk yang unik. Pada paket ini biasanya di pesan untuk orang-orang yang ingin memberikan hadiah atau biasa di sebut dengan hampers tersebut.

2.1.1 Visi Misi

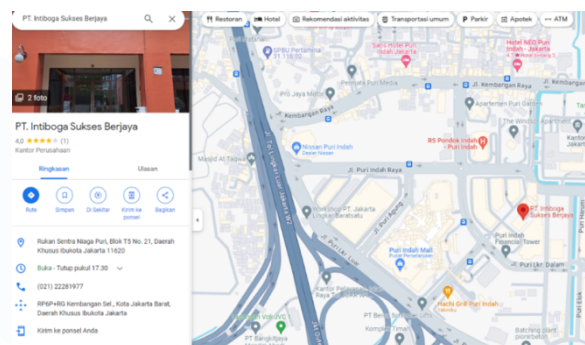
Visi

Menjadi pemimpin di industri penyedia makanan dan pemasaran restoran di Indonesia, dengan memberikan solusi promosi yang inovatif dan terpercaya.

Misi

1. Menyediakan layanan promosi yang komprehensif untuk meningkatkan citra merek dan penjualan klien kami.
2. Terus berinovasi dalam teknologi dan strategi promosi untuk memberikan nilai tambah yang berkelanjutan bagi klien kami.
3. Mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan industri makanan di Indonesia melalui layanan kami yang berkualitas tinggi dan berorientasi pada hasil.

2.1.2 Lokasi Perusahaan PT Intiboga Sukses Berjaya



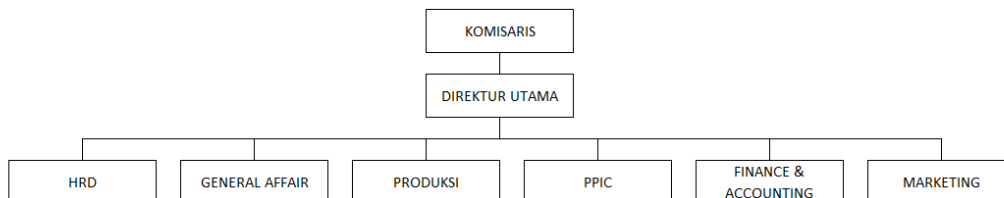
Gambar 2.17 Lokasi Perusahaan PT ISB (Sumber:

https://maps.app.goo.gl/MDzn2HdaDqFZALCo7?g_st=com.google.maps.preview.copy)

Rukan Sentra Niaga Puri, Blok T5 No. 20-21, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11620.

Peta ini merupakan gambaran menyeluruh dari letak geografis perusahaan yang di ukur dari Google Maps. Gambaran peta ini berguba untuk memberikan informasi tentang perusahaan PT Intiboga.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.18 Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber : PT Intiboga Sukses Berjaya

1. Komisaris

Seorang komisaris adalah individu yang dipilih oleh pemegang saham untuk mengawasi dan memberikan arahan strategis kepada perusahaan. Mereka merupakan bagian integral dari dewan direksi perusahaan, yang bertanggung jawab atas pengambilan keputusan yang berdampak pada arah dan kinerja jangka panjang perusahaan.

Tugas utama seorang komisaris meliputi pengawasan terhadap kinerja eksekutif perusahaan, termasuk evaluasi terhadap kinerja CEO dan memastikan keberlanjutan kepemimpinan yang efektif. Selain itu, mereka juga terlibat dalam penyusunan strategi perusahaan, memberikan masukan dan saran mengenai arah strategis yang diambil. Aspek penting lainnya dari tanggung jawab seorang komisaris adalah pengawasan risiko, di mana mereka harus mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengelola risiko-risiko yang dihadapi oleh perusahaan, serta memastikan adopsi praktik manajemen risiko yang efektif.

Selain itu, mereka juga harus memastikan bahwa perusahaan beroperasi sesuai dengan peraturan hukum dan etika yang berlaku, serta mengawasi

kepatuhan terhadap kode etik perusahaan dan peraturan perundang-undangan. Komunikasi dengan pemegang saham juga merupakan bagian penting dari peran seorang komisaris, di mana mereka harus berinteraksi dengan pemegang saham untuk memahami kebutuhan dan kekhawatiran mereka, menjelaskan strategi perusahaan, dan memberikan laporan berkala tentang kinerja perusahaan. Selain itu, mereka juga bertanggung jawab atas pemilihan dan evaluasi anggota manajemen eksekutif, serta memastikan struktur organisasi yang tepat dan kompetensi manajemen yang sesuai. Di tingkat dewan direksi, mereka berpartisipasi dalam pertemuan dan menyumbangkan pandangan serta keputusan, menyetujui kebijakan, investasi besar, dan keputusan strategis lainnya. Selain itu, seorang komisaris juga memiliki tanggung jawab untuk melakukan evaluasi berkala terhadap kinerja dewan direksi dan memastikan keberlanjutan kompetensi dan kinerja yang tinggi dalam dewan direksi.

Mereka juga bertindak sebagai duta perusahaan dalam kontak dengan pihak eksternal seperti regulator, investor, dan media, serta mewakili kepentingan perusahaan dalam hubungan dengan pemegang saham dan stakeholder lainnya. Selain itu, mereka juga harus terus memperbarui pengetahuan dan keterampilan tentang industri, tata kelola perusahaan, dan perubahan eksternal yang dapat mempengaruhi perusahaan, dengan mengikuti pelatihan dan menghadiri seminar untuk meningkatkan pemahaman tentang tanggung jawab mereka sebagai komisaris. Selain tanggung jawab yang telah disebutkan sebelumnya, ada beberapa tanggung jawab tambahan yang biasanya ditangani oleh seorang komisaris:

A. Penilaian Kinerja Direksi

Seorang komisaris juga dapat bertanggung jawab untuk mengevaluasi kinerja dewan direksi secara keseluruhan, bukan hanya kinerja individu di dalamnya. Ini melibatkan menilai efektivitas dewan dalam menjalankan

tugasnya, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, serta memberikan rekomendasi untuk perbaikan.

B. Pengembangan Kepemimpinan

Seorang komisaris dapat terlibat dalam program pengembangan kepemimpinan bagi anggota dewan direksi dan manajemen eksekutif. Ini melibatkan mengidentifikasi kebutuhan pengembangan, mengatur pelatihan, dan memastikan bahwa dewan dan manajemen memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk menghadapi tantangan masa depan.

C. Penyelesaian Konflik

Ketika terjadi konflik antara dewan direksi, manajemen eksekutif, atau antara pihak-pihak lain di dalam perusahaan, seorang komisaris dapat berperan sebagai mediator untuk membantu mencapai solusi yang memuaskan bagi semua pihak yang terlibat.

D. Mengelola Hubungan dengan Pihak Eksternal

Seorang komisaris juga dapat memiliki peran dalam mengelola hubungan dengan pihak eksternal seperti regulator, lembaga keuangan, dan pemangku kepentingan lainnya. Hal ini termasuk memastikan bahwa perusahaan mematuhi semua peraturan dan persyaratan hukum yang berlaku.

E. Pembangunan Budaya Perusahaan

Seorang komisaris dapat membantu membentuk dan memelihara budaya perusahaan yang positif dan sesuai dengan nilai-nilai perusahaan. Mereka dapat berkontribusi dalam mengembangkan kebijakan-kebijakan yang mendukung budaya ini dan memastikan bahwa semua anggota organisasi mematuhi standar etika dan perilaku yang diharapkan.

2. Direktur Utama

Seorang Direktur Utama adalah individu yang memiliki tanggung jawab atas kepemimpinan eksekutif dan pengelolaan operasional sehari-hari dari perusahaan. Mereka berperan dalam mengembangkan strategi jangka panjang untuk mencapai tujuan perusahaan, memastikan efisiensi dalam operasi sehari-hari dari semua departemen dan divisi, serta bertanggung jawab atas pengambilan keputusan strategis terkait dengan pengembangan produk, ekspansi pasar, dan investasi. Selain itu.

Direktur Utama juga memimpin tim manajemen eksekutif, menjalankan fungsi koordinasi antar departemen, dan menciptakan budaya kerja yang inklusif dan kolaboratif. Mereka juga menjadi wajah perusahaan dalam hubungan dengan pihak eksternal seperti investor, regulator, dan media, serta bertanggung jawab atas pengawasan keuangan perusahaan dan pengelolaan sumber daya manusia. Evaluasi kinerja perusahaan, manajemen risiko, dan pengembangan inovasi juga merupakan bagian dari tanggung jawab Direktur Utama dalam memastikan kesuksesan jangka panjang perusahaan. Selain tanggung jawab yang telah disebutkan sebelumnya, seorang Direktur Utama juga dapat memiliki tanggung jawab tambahan berikut:

1. Pengembangan Kemitraan dan Aliansi: Direktur Utama dapat bertanggung jawab untuk mengembangkan kemitraan strategis dan mengelola aliansi dengan perusahaan lain, organisasi non-profit, atau institusi akademis. Ini termasuk bernegosiasi kesepakatan kerjasama, mengevaluasi manfaat potensial, dan memastikan implementasi yang sukses dari kemitraan tersebut.
2. Pengelolaan Krisis: Ketika perusahaan menghadapi situasi krisis seperti kecelakaan industri, skandal, atau bencana alam, Direktur Utama harus dapat mengambil langkah-langkah cepat dan efektif untuk menangani situasi tersebut. Ini melibatkan koordinasi respons internal, komunikasi dengan pihak eksternal, dan pemulihan reputasi perusahaan.

3. Keberlanjutan dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR): Sebagai pemimpin perusahaan, Direktur Utama dapat memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa perusahaan beroperasi secara bertanggung jawab dari segi sosial dan lingkungan. Mereka dapat terlibat dalam mengembangkan dan menerapkan kebijakan CSR, memastikan kepatuhan terhadap standar keberlanjutan, dan berkontribusi pada inisiatif sosial yang positif.

4. Penyusunan dan Pelaksanaan Kebijakan Keselamatan dan Kesehatan Kerja: Direktur Utama bertanggung jawab untuk memastikan bahwa perusahaan mematuhi semua peraturan dan standar keselamatan kerja yang berlaku. Mereka dapat terlibat dalam penyusunan kebijakan keselamatan dan kesehatan kerja, menyelenggarakan pelatihan untuk karyawan, dan memastikan bahwa lingkungan kerja aman dan sehat bagi semua orang.

5. Pengembangan Ekspansi Internasional: Jika perusahaan merencanakan ekspansi internasional, Direktur Utama dapat memiliki tanggung jawab untuk mengembangkan strategi ekspansi, mengevaluasi pasar potensial, dan mengelola risiko yang terkait dengan ekspansi global. Hal ini melibatkan penelitian pasar, perencanaan keuangan, dan koordinasi dengan tim manajemen untuk rencana ekspansi.

6. Pembinaan Budaya Perusahaan: Selain menciptakan budaya kerja yang inklusif dan kolaboratif, Direktur Utama juga bertanggung jawab untuk memelihara dan memperkuat budaya perusahaan yang ada. Ini melibatkan berperan sebagai contoh dalam mematuhi nilai-nilai perusahaan, memfasilitasi komunikasi terbuka, dan merayakan keberhasilan karyawan.

Tanggung jawab tambahan ini dapat bervariasi tergantung pada industri, ukuran, dan kompleksitas perusahaan. Namun, mereka mencerminkan peran strategis yang dimainkan oleh seorang Direktur Utama dalam mengelola dan memimpin perusahaan ke arah kesuksesan jangka panjang.

3. HRD

Departemen Pengembangan Sumber Daya Manusia (HRD) merupakan bagian integral dari sebuah organisasi yang bertanggung jawab atas manajemen sumber daya manusia. Fokus utama HRD adalah pada pengembangan karyawan, pengelolaan kinerja, rekrutmen, pelatihan, dan pengembangan kebijakan yang berhubungan dengan sumber daya manusia. Tanggung jawab HRD mencakup berbagai aspek, mulai dari proses rekrutmen dan seleksi, hingga manajemen kinerja, kompensasi, manfaat, dan pengembangan karyawan. Mereka juga terlibat dalam menangani konflik, memediasi perselisihan, dan mengembangkan jalur karir untuk karyawan.

Selain itu, HRD juga bertanggung jawab untuk memastikan kepatuhan terhadap hukum ketenagakerjaan yang berlaku, menyusun kebijakan organisasi yang sesuai dengan peraturan yang berlaku, dan mempromosikan budaya organisasi yang inklusif dan berorientasi pada prestasi. Analisis data dan pelaporan juga menjadi bagian penting dari tanggung jawab HRD, dimana mereka mengumpulkan, menganalisis, dan melaporkan data terkait karyawan dan kegiatan SDM untuk mendukung pengambilan keputusan strategis. Selain itu, HRD juga memberikan konsultasi kepada manajemen senior tentang isu-isu terkait sumber daya manusia dan berpartisipasi dalam pengambilan keputusan strategis untuk memastikan ketersediaan dan pengelolaan sumber daya manusia yang efektif dan efisien. Selain tanggung jawab yang telah disebutkan sebelumnya, HRD juga dapat memiliki tanggung jawab tambahan yang meliputi:

1. Pengembangan Budaya dan Kepemimpinan: HRD dapat terlibat dalam mengembangkan budaya perusahaan yang didorong oleh nilai-nilai yang diinginkan dan memberdayakan karyawan untuk mencapai potensi maksimal mereka. Mereka juga dapat berperan dalam mengembangkan kepemimpinan yang efektif di semua tingkatan organisasi.

2. Manajemen Perubahan: Ketika organisasi mengalami perubahan seperti restrukturisasi, penggabungan, atau perubahan strategis lainnya, HRD dapat membantu dalam mengelola dampak perubahan pada karyawan. Mereka bertanggung jawab untuk menyusun strategi komunikasi, memberikan dukungan kepada karyawan, dan memfasilitasi adaptasi organisasi terhadap perubahan tersebut.

3. Pengelolaan Kesejahteraan Karyawan: HRD dapat memainkan peran dalam mengelola program kesejahteraan karyawan, termasuk aspek-aspek seperti keseimbangan kerja-hidup, dukungan kesehatan mental, dan program kesehatan fisik. Mereka bertanggung jawab untuk memastikan bahwa karyawan merasa didukung dan diberikan sumber daya untuk menjaga kesejahteraan mereka.

4. Diversitas, Inklusi, dan Kesetaraan: HRD memiliki tanggung jawab untuk mempromosikan diversitas, inklusi, dan kesetaraan di tempat kerja. Mereka dapat mengembangkan kebijakan dan program untuk meningkatkan keberagaman dalam rekrutmen, promosi, dan pengembangan karir, serta memastikan bahwa lingkungan kerja menjadi tempat yang inklusif bagi semua orang.

5. Pengukuran dan Analisis Kinerja SDM: Selain melaporkan data karyawan secara umum, HRD juga dapat memiliki tanggung jawab untuk mengukur dan menganalisis kinerja karyawan secara lebih mendalam. Ini dapat melibatkan evaluasi kinerja individu, analisis tren kinerja, dan identifikasi area di mana perbaikan diperlukan.

6. Pengelolaan Talenta: HRD dapat bertanggung jawab atas pengelolaan talenta dalam organisasi, termasuk identifikasi bakat, pengembangan program pengembangan karir, dan pemetaan jalur suksesi untuk posisi kunci. Mereka juga dapat berperan dalam mengelola program pengakuan dan penghargaan untuk menghargai kontribusi karyawan yang luar biasa.

4. General Affair

General Affairs adalah departemen yang memiliki tanggung jawab besar dalam memastikan kelancaran operasional sehari-hari suatu organisasi. Tugas utama mereka mencakup berbagai aspek administratif dan operasional yang kritis untuk menjaga efisiensi dan efektivitas kerja.

Salah satu tanggung jawab utama General Affairs adalah manajemen fasilitas. Ini melibatkan perencanaan, koordinasi, dan pengawasan terhadap pemeliharaan serta perbaikan fasilitas kantor. Mereka menyusun jadwal perawatan untuk peralatan, bangunan, dan berbagai fasilitas lainnya untuk memastikan semua aset dalam kondisi baik dan siap digunakan. Pengelolaan aset juga menjadi bagian penting dari tugas General Affairs. Mereka bertanggung jawab untuk memantau dan mengelola inventaris aset perusahaan, termasuk peralatan kantor, kendaraan, dan perabotan. Selain itu, mereka mengatur pembelian, pemeliharaan, dan pembaruan aset sesuai kebutuhan perusahaan. Manajemen logistik adalah aspek lain yang dikelola oleh General Affairs. Mereka mengurus proses pengiriman barang, termasuk penyusunan jadwal pengiriman dan koordinasi dengan pemasok. Mereka juga menyusun dan mengelola sistem penyimpanan barang agar distribusi berjalan lancar dan efisien.

Pengelolaan sarana kantor mencakup penyediaan dukungan administratif terkait pengaturan ruang kantor. Ini termasuk penyusunan layout kantor dan pengaturan peralatan yang diperlukan. Selain itu, mereka mengelola penyediaan fasilitas seperti air minum, listrik, dan keamanan untuk memastikan lingkungan kerja yang nyaman dan aman bagi karyawan. General Affairs juga bertanggung jawab dalam pengaturan acara, baik internal maupun eksternal. Mereka merencanakan dan mengkoordinasikan rapat, seminar, dan acara perusahaan lainnya. Dukungan logistik yang disediakan mencakup pengaturan tempat, catering, dan peralatan presentasi untuk memastikan acara berjalan dengan lancar.

Selain itu, General Affairs mengelola operasi kantin atau layanan catering di perusahaan. Tugas ini mencakup pemilihan menu, pemesanan bahan makanan, dan pengaturan penyajian. Mereka juga memastikan kebersihan dan keamanan makanan sesuai dengan standar kesehatan. Pengelolaan transportasi adalah tanggung jawab penting lainnya. General Affairs mengelola armada kendaraan perusahaan, termasuk pemeliharaan dan perbaikan kendaraan. Mereka juga menyediakan transportasi untuk kebutuhan bisnis, seperti antar-jemput karyawan dan pengiriman barang. Aspek keamanan juga menjadi fokus General Affairs. Mereka menangani sistem keamanan kantor, termasuk pengawasan CCTV, pengaturan akses pintu, dan koordinasi dengan layanan keamanan eksternal jika diperlukan. Tugas ini memastikan keamanan karyawan, aset, dan fasilitas perusahaan.

General Affairs juga memberikan pelayanan umum dengan menangani permintaan dan pertanyaan dari karyawan serta pengunjung. Mereka menyediakan layanan dukungan seperti pengelolaan surat masuk dan keluar, reservasi hotel, dan layanan pengiriman. Terakhir, General Affairs memastikan kepatuhan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan terkait perizinan, lingkungan, dan keamanan. Mereka mengurus perizinan dan dokumen administratif yang diperlukan untuk operasi perusahaan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Secara keseluruhan, General Affairs memainkan peran penting dalam menjaga kelancaran operasional dan administrasi di sebuah perusahaan, memastikan bahwa semua aspek operasional berjalan dengan efisien dan sesuai dengan regulasi yang berlaku.

5. Manajer Produksi

Seorang Manajer Produksi adalah individu yang memiliki tanggung jawab utama dalam mengelola dan mengawasi seluruh proses produksi dalam sebuah organisasi. Tugas utamanya meliputi perencanaan produksi yang efisien, pengawasan proses produksi untuk memastikan kualitas, waktu, dan biaya yang sesuai, serta manajemen kualitas produk.

Selain itu, mereka juga bertanggung jawab atas ketersediaan bahan baku yang memadai, menjaga standar keselamatan dan kesehatan kerja, dan mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan efisiensi operasional. Manajer Produksi juga memiliki peran dalam pelaporan dan analisis kinerja produksi kepada manajemen senior, pengelolaan tenaga kerja, dan koordinasi dengan departemen lain seperti pemasaran, pembelian, dan distribusi.

Selain itu, mereka juga terlibat dalam pengembangan produk baru atau peningkatan produk yang sudah ada dengan berkolaborasi dengan departemen penelitian dan pengembangan. Dengan demikian, Manajer Produksi memainkan peran kunci dalam memastikan bahwa operasi produksi berjalan lancar dan berkontribusi pada kesuksesan keseluruhan perusahaan. Selain tanggung jawab yang telah disebutkan sebelumnya, manajemen produksi juga dapat memiliki tanggung jawab tambahan yang mencakup:

1. **Pemeliharaan Peralatan:** Manajemen produksi bertanggung jawab untuk memastikan bahwa semua peralatan dan mesin produksi berfungsi dengan baik. Ini melibatkan perencanaan pemeliharaan preventif, perbaikan, dan penggantian peralatan saat diperlukan untuk meminimalkan waktu henti produksi.
2. **Pengendalian Biaya Produksi:** Selain memastikan efisiensi dalam proses produksi, manajemen produksi juga bertanggung jawab untuk mengendalikan biaya produksi. Mereka harus mengidentifikasi area di mana pengeluaran dapat dikurangi tanpa mengorbankan kualitas produk.

3. Penyusunan Standar Operasional: Manajemen produksi harus menyusun standar operasional untuk setiap tahap dalam proses produksi. Ini termasuk prosedur operasional standar (SOP) untuk setiap tugas, peraturan keselamatan kerja, dan prosedur darurat.

4. Manajemen Inventaris: Selain mengelola persediaan bahan baku, manajemen produksi juga bertanggung jawab atas manajemen inventaris produk jadi. Mereka harus memantau stok produk, mengelola rotasi barang, dan mengidentifikasi strategi untuk mengurangi stok yang tidak terjual.

5. Penyusunan Rencana Kontinjensi: Manajemen produksi harus memiliki rencana kontinjensi untuk mengatasi kemungkinan gangguan dalam produksi, seperti kekurangan bahan baku, kegagalan peralatan, atau peningkatan permintaan yang tidak terduga.

6. PPIC

Departemen Perencanaan Produksi dan Inventarisasi Produksi dan Pengendalian (PPIC) bertanggung jawab atas mengatur, mengawasi, dan mengendalikan proses produksi serta pengelolaan persediaan dalam sebuah organisasi. Tugas dan tanggung jawab departemen ini meliputi:

- Perencanaan produksi yang mencakup merencanakan jadwal produksi sesuai dengan permintaan pelanggan, kapasitas produksi, dan ketersediaan bahan baku, serta menetapkan prioritas produksi dan alokasi sumber daya.
- Pengendalian persediaan yang melibatkan manajemen stok bahan baku, barang setengah jadi, dan barang jadi untuk memastikan ketersediaan yang cukup tanpa kelebihan stok, serta menggunakan sistem inventarisasi untuk memantau pergerakan barang.
- Pengawasan proses produksi dengan memantau jalannya proses produksi untuk memastikan efisiensi, kualitas, dan kepatuhan terhadap jadwal produksi, serta mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah produksi yang mungkin timbul.

- Pengendalian kualitas dengan menetapkan standar kualitas produk dan memastikan bahwa proses produksi memenuhi standar tersebut, serta melakukan inspeksi kualitas secara berkala.
- Koordinasi dengan departemen terkait seperti pembelian, produksi, dan distribusi untuk mengoptimalkan proses produksi dan persediaan, serta menjaga aliran informasi yang lancar antara departemen terkait.
- Analisis kinerja produksi dengan menganalisis data produksi untuk mengevaluasi kinerja, mengidentifikasi tren, dan memberikan laporan kinerja kepada manajemen.
- Perencanaan kapasitas dengan menganalisis kapasitas produksi yang ada, merencanakan peningkatan sesuai dengan pertumbuhan permintaan, dan mengkoordinasikan dengan manajemen untuk menentukan investasi yang diperlukan dalam infrastruktur produksi.
- Pengembangan sistem dan prosedur dengan mengembangkan dan memperbarui sistem operasional PPIC untuk meningkatkan efisiensi, serta memastikan bahwa sistem informasi dan teknologi yang digunakan mendukung kebutuhan perencanaan dan pengendalian produksi.
- Manajemen pengiriman dan distribusi dengan merencanakan pengiriman sesuai dengan jadwal produksi dan kebutuhan pelanggan, serta mengkoordinasikan dengan departemen logistik untuk pengiriman tepat waktu dan distribusi yang efisien.
- Pengembangan tim dengan mengelola dan mengarahkan tim PPIC untuk mencapai target produksi dan persediaan, serta memberikan pelatihan dan pengembangan kepada anggota tim untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka tentang fungsi PPIC.

Selain tanggung jawab yang telah disebutkan sebelumnya, departemen PPIC juga bertanggung jawab atas beberapa hal lainnya, antara lain:

1. Riset dan Pengembangan: Terlibat dalam riset dan pengembangan untuk meningkatkan efisiensi proses produksi, mengidentifikasi teknologi baru, dan mencari cara untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya dalam produksi.
2. Pengelolaan Rantai Pasokan: Berkolaborasi dengan pemasok untuk memastikan ketersediaan bahan baku yang tepat waktu dan berkualitas, serta mengelola hubungan dengan mitra bisnis lainnya dalam rantai pasokan.
3. Penyusunan Anggaran: Membantu dalam penyusunan anggaran untuk departemen produksi, termasuk estimasi biaya produksi, pengeluaran untuk bahan baku, dan alokasi sumber daya lainnya.
4. Pemantauan Kinerja: Melakukan pemantauan terhadap kinerja produksi secara terus-menerus, mengidentifikasi area-area yang memerlukan perbaikan, dan mengusulkan perbaikan proses untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas.

7. Finance & Accounting

Finance & Accounting adalah departemen yang bertanggung jawab atas manajemen keuangan dan akuntansi dalam sebuah organisasi. Fokus utamanya adalah mengelola keuangan perusahaan, melacak transaksi keuangan, menyusun laporan keuangan, serta memberikan analisis keuangan untuk mendukung pengambilan keputusan strategis.

Salah satu tugas utama dari departemen ini adalah manajemen keuangan. Mereka bertanggung jawab mengelola arus kas perusahaan, termasuk penerimaan dan pengeluaran uang. Hal ini mencakup perencanaan dan pengawasan anggaran perusahaan untuk memastikan penggunaan sumber daya secara efisien dan tepat sasaran.

Pelaporan keuangan juga merupakan aspek penting dari Finance & Accounting. Departemen ini menyusun berbagai laporan keuangan seperti neraca, laporan laba rugi, dan laporan arus kas secara periodik. Mereka memastikan bahwa laporan-laporan ini sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku serta mematuhi regulasi perpajakan, sehingga transparansi dan akuntabilitas keuangan perusahaan terjaga.

Analisis keuangan menjadi tugas krusial lainnya. Dengan menganalisis kinerja keuangan perusahaan, departemen ini dapat memberikan wawasan tentang tren dan hasil keuangan. Informasi ini sangat berguna bagi manajemen dalam membuat keputusan strategis untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Pengelolaan akuntansi adalah tanggung jawab dasar lainnya. Departemen Finance & Accounting melacak dan mencatat setiap transaksi keuangan perusahaan secara akurat dan tepat waktu. Mereka memastikan kepatuhan dengan prinsip-prinsip akuntansi dan standar pelaporan keuangan untuk menjaga integritas data keuangan.

Departemen ini juga menangani pengelolaan pajak perusahaan. Mereka memastikan bahwa perusahaan mematuhi kewajiban perpajakan dan mengajukan laporan pajak secara tepat waktu. Selain itu, mereka merencanakan strategi perpajakan untuk meminimalkan beban pajak perusahaan secara legal, yang bisa membantu meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Pengelolaan investasi juga berada di bawah tanggung jawab departemen Finance & Accounting. Mereka mengelola investasi perusahaan, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Departemen ini menganalisis peluang investasi baru dan menghitung tingkat pengembalian yang diharapkan, sehingga perusahaan dapat memaksimalkan keuntungan dari investasinya.

Pengelolaan piutang dan utang adalah aspek operasional penting lainnya. Departemen ini memantau dan mengelola piutang dan utang perusahaan, serta

menjaga hubungan baik dengan kreditur dan debitur untuk memastikan pembayaran dilakukan tepat waktu. Hal ini penting untuk menjaga likuiditas dan kesehatan keuangan perusahaan. Audit internal juga menjadi bagian integral dari tugas mereka. Departemen ini melakukan audit internal secara teratur untuk memastikan kepatuhan terhadap kebijakan dan prosedur keuangan perusahaan. Dari audit ini, mereka menyediakan rekomendasi untuk perbaikan proses dan kontrol internal, yang bertujuan meningkatkan efisiensi dan mengurangi risiko keuangan.

Kepatuhan regulasi adalah elemen vital lainnya yang dikelola oleh departemen Finance & Accounting. Mereka memastikan bahwa perusahaan mematuhi semua peraturan dan regulasi keuangan yang berlaku. Selain itu, mereka menjaga informasi dan dokumentasi keuangan perusahaan sesuai dengan persyaratan hukum, yang penting untuk menjaga reputasi dan integritas perusahaan. Terakhir, pengembangan sistem keuangan juga menjadi fokus utama. Departemen ini bertugas mengembangkan dan meningkatkan sistem dan prosedur keuangan perusahaan. Mereka mengadopsi teknologi dan perangkat lunak terbaru untuk meningkatkan efisiensi dan akurasi operasi keuangan, sehingga proses keuangan bisa berjalan lebih lancar dan transparan.

Dengan demikian, departemen Finance & Accounting memainkan peran yang sangat penting dalam memastikan stabilitas dan kesehatan keuangan perusahaan. Tugas dan tanggung jawab mereka mencakup berbagai aspek yang krusial untuk menjaga operasional perusahaan tetap efisien, transparan, dan sesuai dengan regulasi yang berlaku.

8. Marketing

Marketing adalah departemen atau fungsi penting dalam sebuah organisasi yang bertanggung jawab atas berbagai aktivitas yang bertujuan untuk mempromosikan produk atau layanan, meningkatkan penjualan, serta berkomunikasi dengan pelanggan. Tugas dan tanggung jawab departemen ini sangat beragam dan mencakup berbagai aspek strategis dan operasional.

Salah satu tugas utama dari departemen marketing adalah penelitian pasar. Ini melibatkan analisis mendalam untuk memahami kebutuhan, preferensi, dan perilaku pelanggan. Dengan melakukan penelitian pasar, tim marketing dapat mengidentifikasi tren dan peluang baru yang mungkin tidak terlihat sebelumnya. Pengetahuan ini sangat penting untuk merancang strategi pemasaran yang efektif dan relevan dengan target pasar. Setelah mendapatkan wawasan dari penelitian pasar, departemen marketing bertanggung jawab untuk mengembangkan strategi pemasaran yang komprehensif. Strategi ini mencakup penetapan tujuan pemasaran yang jelas dan metode untuk mencapainya. Sebuah strategi pemasaran yang baik akan mempertimbangkan semua aspek dari pemasaran, mulai dari penentuan target pasar hingga pemilihan saluran komunikasi yang tepat.

Branding dan identitas visual juga merupakan tanggung jawab utama dari departemen marketing. Mereka mengelola brand perusahaan dan memastikan identitas visualnya konsisten di semua materi promosi. Ini mencakup perancangan logo, tagline, dan kampanye branding yang kuat untuk memperkuat citra merek di mata pelanggan. Identitas visual yang kuat membantu membedakan produk atau layanan perusahaan dari pesaingnya. Kampanye promosi adalah alat utama yang digunakan oleh departemen marketing untuk meningkatkan kesadaran dan minat pelanggan. Mereka merancang dan melaksanakan kampanye promosi dan iklan menggunakan berbagai saluran media, baik online, cetak, maupun elektronik. Kampanye ini

dirancang untuk menjangkau target pasar dengan pesan yang tepat, meningkatkan kesadaran merek, dan mendorong penjualan.

Departemen marketing juga berkolaborasi erat dengan tim pengembangan produk. Mereka membantu mengidentifikasi fitur dan manfaat produk yang menarik bagi pelanggan. Umpan balik dari pasar dan analisis kompetitor digunakan untuk memberikan masukan yang berharga kepada tim produk, sehingga produk yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Penjualan dan distribusi merupakan aspek penting lainnya yang dikelola oleh departemen marketing. Mereka bekerja sama dengan tim penjualan dan distribusi untuk memastikan bahwa produk atau layanan tersedia di pasar. Pengembangan strategi distribusi yang efektif membantu mencapai target pasar yang tepat dan meningkatkan penjualan.

Hubungan pelanggan adalah elemen kunci dalam pemasaran. Departemen marketing bertanggung jawab untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan pelanggan melalui komunikasi teratur dan interaksi positif. Menanggapi pertanyaan, masukan, dan keluhan pelanggan dengan cepat dan efisien membantu meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas jangka panjang. Analisis kinerja adalah tugas penting lainnya. Departemen marketing melakukan analisis kinerja kampanye pemasaran untuk mengevaluasi efektivitasnya dan mengidentifikasi area untuk perbaikan. Mengukur ROI (Return on Investment) dari berbagai inisiatif pemasaran membantu mengoptimalkan anggaran pemasaran dan memastikan penggunaan sumber daya yang efisien.

Pengelolaan media sosial adalah bagian integral dari pemasaran modern. Departemen marketing mengelola kehadiran perusahaan di berbagai platform media sosial, berinteraksi dengan pelanggan, dan membangun komunitas online. Mereka memonitor percakapan online dan merespons tanggapan pelanggan secara proaktif untuk menjaga reputasi perusahaan. Terakhir, departemen marketing juga bertanggung jawab untuk memberikan pendidikan

dan pelatihan kepada tim penjualan dan tim internal lainnya. Mereka menyediakan informasi tentang produk atau layanan perusahaan serta strategi pemasaran yang efektif. Dengan demikian, mereka menjadi sumber daya utama bagi karyawan lain dalam organisasi, membantu mereka memahami pasar dan tren industri.

Secara keseluruhan, departemen marketing memainkan peran vital dalam mengembangkan dan mengimplementasikan strategi yang meningkatkan pemahaman dan minat terhadap produk atau layanan perusahaan. Mereka memastikan bahwa semua aktivitas pemasaran dilakukan dengan efisien dan efektif, sehingga perusahaan dapat mencapai tujuannya dan tetap kompetitif di pasar.

2.3 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan

No	Hari	Waktu
1	Senin	08.30 s./d17.30WIB
2	Selasa	08.30 s./d17.30WIB
3	Rabu	08.30 s./d17.30WIB
4	Kamis	08.30 s./d17.30WIB
5	Jumat	08.30 s./d17.30WIB

Tabel 2.3 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan

Pada table diatas merupakan waktu dari pelaksanaan magang di perusahaan PT Intiboga Sukses Berjaya. Ditunjukkan waktu kerja pada perusahaan ini selama 9 jam di gabungkan dengan jam istirahat.

Mengingat adanya 640 jam kerja pada Universitas Multimedia Nusantara, saya meminta jam lembur kerja kepada SPV, agar 640 jam tersebut bisa terpenuhi. Jadi, jam kerja sehari yang bisa penulis lakukan adalah 12 jam digabungkan dengan jam istirahat. Penulis juga meminta kerja di hari sabtu, tetapi tidak setiap hari sabtu SPV mengizinkan untuk bekerja di hari sabtu. Jadi selama sebulan penulis bisa bekerja 2 kali di hari sabtu.

