

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Perusahaan PT. Mukti Mahaka Utama.

Sumber : Data Perusahaan

PT Mukti Mahaka Utama merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa kontraktor. PT Mukti Mahaka Utama didirikan pada tahun 2022 yang berlokasi di Pasar Kemis, Tangerang. Selain menjual jasa, PT Mukti Mahaka Utama juga menjadi distributor batu split 1/2 ke perusahaan Ready Mix. Cara PT Mukti Mahaka Utama dapat menjadi distributor kepada beberapa perusahaan Ready Mix salah satunya menjadi pemasok batu split yang berkualitas tinggi dan terjamin dengan harga yang kompetitif dibanding para kompetitornya serta menawarkan pengiriman tepat waktu.

2.1.1. Visi Misi

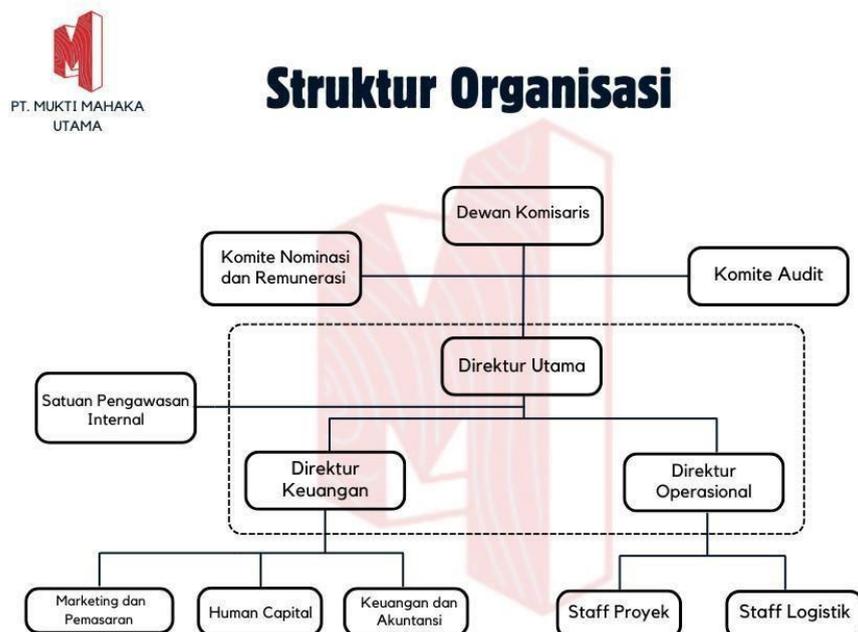
Visi

Menjadi Perusahaan konstruksi yang berintegritas dan memberikan kepuasan pelanggan melalui penyelesaian proyek yang berkualitas sesuai dengan anggaran dan dalam waktu yang telah disepakati.

Misi

1. Memberikan harga kompetitif dan kualitas yang terjamin kepada pelanggan dengan tepat waktu sebagai fokus pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.
2. Menciptakan hubungan kerja sama yang kuat dengan pelanggan untuk meningkatkan kepuasan dan kepercayaan.
3. Memberikan layanan yang ramah dan profesional kepada customer.

2.2. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan PT Mukti Mahaka Utama.

Sumber : Data Perusahaan

Pada gambar diatas merupakan lampiran bagan struktur organisasi Perusahaan PT Mukti Mahaka Utama. Dalam struktur tersebut, bagian *Admin Marketing* termasuk ke dalam divisi *Marketing dan Pemasaran*.

2.3. Tinjauan Pustaka

2.3.1. Manajemen

Kata "manajemen" berasal dari kata Inggris "management", yang berarti "mengelola, mengatur, mengurus, melaksanakan, atau memimpin." Oleh karena itu, manajer ialah orang yang memimpin atau pemimpin. Menurut Stoner, manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya untuk mencapai tujuan organisasi.

Manajemen didefinisikan sebagai proses karena semua manajer, tanpa memandang keahlian atau keterampilan khusus mereka, harus melakukan kegiatan tertentu yang saling berhubungan untuk mencapai tujuan tertentu. Oleh karena itu, manajemen didefinisikan sebagai proses. Proses tersebut terdiri dari kegiatan-kegiatan manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan. Dalam praktek istilah manajemen dipakai untuk organisasi yang lebih besar dan yang berdiri sendiri, serta dapat dibedakan dengan jelas dari organisasi lain. Apabila pengertian manajemen ini dihubungkan dengan pengertian administrasi adalah proses kerja sama yang dilakukan oleh dua orang atau lebih guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

2.3.2. Fungsi Manajemen

Untuk mencapai tujuan mereka, manajer akan menggunakan fungsi manajemen, yang merupakan komponen penting dari proses manajemen. Fungsi manajemen terdiri dari:

1. Planning (Fungsi Perencanaan)

Perencanaan adalah proses terpenting dari semua fungsi manajemen karena tanpanya, fungsi lain tidak dapat berjalan. Perencanaan juga memungkinkan:

- a. Organisasi dapat memperoleh dan mengikat sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
- b. Anggota organisasi dapat dengan mudah melaksanakan berbagai tugas secara konsisten dengan tujuan yang berbeda.

c. Kemajuan dapat dipantau dan diukur secara konsisten, sehingga tindakan koreksi dapat diambil jika tingkat kemajuan tidak memuaskan.

2. Organizing (Fungsi Pengorganisasian)

Setelah tujuan ditetapkan dan perencanaan untuk mencapainya telah dibuat, langkah berikutnya adalah membagi tugas sehingga dapat diidentifikasi dan dibagi. Ini memungkinkan manajer untuk merancang, mengembangkan, dan menunjuk orang yang bertanggung jawab untuk mencapai tujuan tersebut.

3. Actuating (Mengarahkan)

Setelah fungsi pengorganisasian dibuat dan organisasi dibentuk dan disusun, langkah selanjutnya adalah menugaskan personel (karyawan) untuk mencapai tujuan. Fungsi pengarahan dalam manajemen ini sangat kompleks. Karena disamping berkaitan dengan manusia dan berbagai tindakan mereka.

4. Controlling (Pengawasan)

Pengawasan adalah tugas terakhir yang harus dilakukan oleh manajemen. Pengawasan mengidentifikasi hasil dengan membandingkan apa yang telah dilakukan dengan standar atau rencana dan memperbaiki kesalahan. Pengawasan bisa bersifat positif maupun negatif. Pengawasan positif mencoba untuk mengetahui apakah tujuan organisasi dapat dicapai secara efektif dan efisien. Sedangkan pengawasan negatif mencoba untuk menjamin bahwa kegiatan yang tidak diinginkan atau tidak dibutuhkan tidak akan terjadi kembali. (Rois & Helmi, 2016)

2.3.3. Administrasi

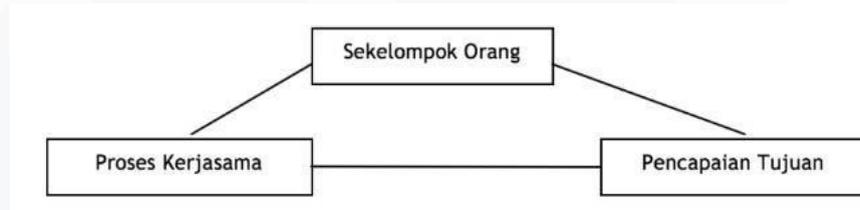
Administrasi, menurut The Liang Gie (1993), adalah setiap rangkaian kegiatan penataan terhadap pekerjaan pokok yang dilakukan oleh sekelompok orang dalam kerja sama untuk mencapai tujuan tertentu.

Akibatnya, setiap kegiatan yang termasuk dalam kategori administrasi harus memiliki ciri-ciri berikut:

- a. dilakukan secara rasional oleh sekelompok orang (dua orang atau lebih)

- b. administrasi adalah proses kerja sama.
- c. dilakukan dalam rangka mencapai tujuan tertentu.

Bagan berikut dapat digunakan untuk menggambarkan daftar kegiatan administrasi yang disebutkan di atas:



Gambar 2.3.3 Bagan Karakteristik Administrasi.

Sumber : Ali Mufiz (2004). Pengantar Ilmu Administrasi

2.3.4. Tujuan Administrasi

Administrasi diperlukan untuk perencanaan dan pengembangan kegiatan untuk mencapai tujuan bersama. Beberapa tujuan administrasi adalah sebagai berikut:

1. Memantau kegiatan atau data milik organisasi. Adanya administrasi membantu memantau dan secara teratur memperhatikan kegiatan atau data yang dimiliki organisasi.
2. Selain memantau administrasi, evaluasi juga dilakukan untuk kebijakan, kegiatan, rencana, dan lainnya.
3. Penyusun program kegiatan administrasi juga bertujuan untuk membantu penyusunan dan pengembangan program kegiatan administrasi agar sesuai dengan tujuan perusahaan atau organisasi.

2.3.5. Marketing

Marketing adalah strategi bisnis yang mencakup berbagai tindakan yang diambil oleh perusahaan untuk mendorong pembelian dan penjualan barang. Ini termasuk periklanan, penjualan, dan pengiriman barang kepada pelanggan dan mitra bisnis lainnya. Selain untuk menjual, tujuan dari marketing, yaitu memberi kepuasan dengan konsumen.

2.3.6. Manfaat Marketing

Marketing memiliki manfaat bagi bisnis karena dapat membuat hubungan baik dengan pelanggan dan membantu target pasar perusahaan memahami barang dan jasa mereka dan melakukan pembelian.

