



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Gambar 2.1 PT Digikidz Indonesia



PT Digikidz Indonesia sudah berdiri sejak 2001 yang bergerak di bidang pendidikan. Perusahaan ini memiliki dasar sebagai sarana belajar dengan metode belajar menggunakan teknologi multimedia dan kreatifitas. Ir. Hanny Agustine sebagai pendiri perusahaan ini selalu mengembangkan perusahaan dengan produk seperti computer multimedia, robotkidz, ipad, elektronika modern dan digipro (workshop & website). Sehingga saat ini PT Digikidz Indonesia sudah banyak memiliki pengalaman bekerja sama dengan sekolah-sekolah diantaranya Al-Azhar , Home Schooling Kak Seto, Ipeka International Christian School, Santa Laurencia, Stella Maris International Education, Auliya, Palm Trees School, dan lainnya (www.digikidz.co.id).

PT Digikidz Indonesia memiliki beberapa *center*, salah satunya adalah PT Digikidz yang berlokasi di BSD City dan merupakan kantor pusat dari seluruh *Center* yang dimiliki oleh Digikidz. *Center* BSD City ini memiliki beberapa ruangan dan beberapa kelas. Ruangan tersebut terdiri dari *Meeting Room*, Ruang Kantor dan *Training Room*, selain itu juga ada Ruang Kelas yang terdiri dari Kelas Komputer Multimedia, Kelas Robotik dan Kelas Digipro. *Center* BSD City ini beralamat di Ruko BSD Sektor IV Blok rd/69 Serpong, Tangerang 15332, dengan nomor telepon (021) 5371112. Selain *Center* BSD City terdapat juga

beberapa *Center* lainnya yaitu Bintaro, Lippo Karawaci, Puri Indah, Pondok Indah, Alam Sutera, Asiatic Karawaci, Pamulang, Bogor, Solo, Central Park, Cibubur, Bekasi, Matraman, dan Gading Serpong,.

Digikidz juga memiliki maskot yang mampu sebagai identitas perusahaannya tersebut.

Gambar 2.2 : Maskot DIGIKIDZ



Sumber : www.digikidz.co.id

Digi (paling depan) merupakan makhluk pintar, lucu baik hati dan suka menolong yang berasal dari luar angkasa. Lalu *Bubble* (anak kecil mengenakan baju berwarna merah) berusia 3-4 tahun. Lalu *Kindy* (anak laki-laki berbaju hijau) berusia 5-6 tahun. Lalu *Junior* (7-9tahun) dan *Teenager* (10-15tahun) yang diwakili wanita berpakaian *orange*.

2.2 Profil Perusahaan

2.2.1 Lokasi Perusahaan

Lokasi PT Digikidz Indonesia *Center* BSD City terletak di Ruko BSD Sektor IV Blok RD no. 69, Tangerang Selatan

Gambar 2.3 : Lokasi DIGIKIDZ



2.2.2 Visi Perusahaan

Memberi wawasan kepada orang tua dan anak-anak tentang “Belajar Berbasis Teknologi” yang menyenangkan bagi generasi muda Indonesia. (www.digikidz.co.id)

2.2.3 Misi Perusahaan

Menciptakan Multimedia Computer, Robotic, dan iPad Learning Center berupa sarana belajar yang nyaman dan menyenangkan bagi anak usia 3 – 15 tahun untuk berimajinasi dan mengekspresikan Kreatifitas dengan menggunakan Teknologi Multimedia. (www.digikidz.co.id)

2.2.4 Nilai-Nilai Perusahaan

Terdapat beberapa nilai-nilai yang diterapkan oleh Digikidz, yaitu (www.digikidz.co.id) :

1. Honest :

Digikidz menerapkan nilai kejujuran karena mereka berpikir bahwa dengan mereka sekali berkata jujur maka semua orang dapat mudah percaya dan ketika sekali orang berkata tidak jujur maka sesulit apapun usaha kita maka orang tidak akan percaya lagi pada kita, seolah-olah mendapat “cap” tidak bisa dipercaya.

2. Help Each Other :

Digikidz memegang prinsip bahwa sejak lahir kita ditolong sampai meninggal pun

kita masih ditolong, bagaimana kita hidup, pastinya harus tolong-menolong.

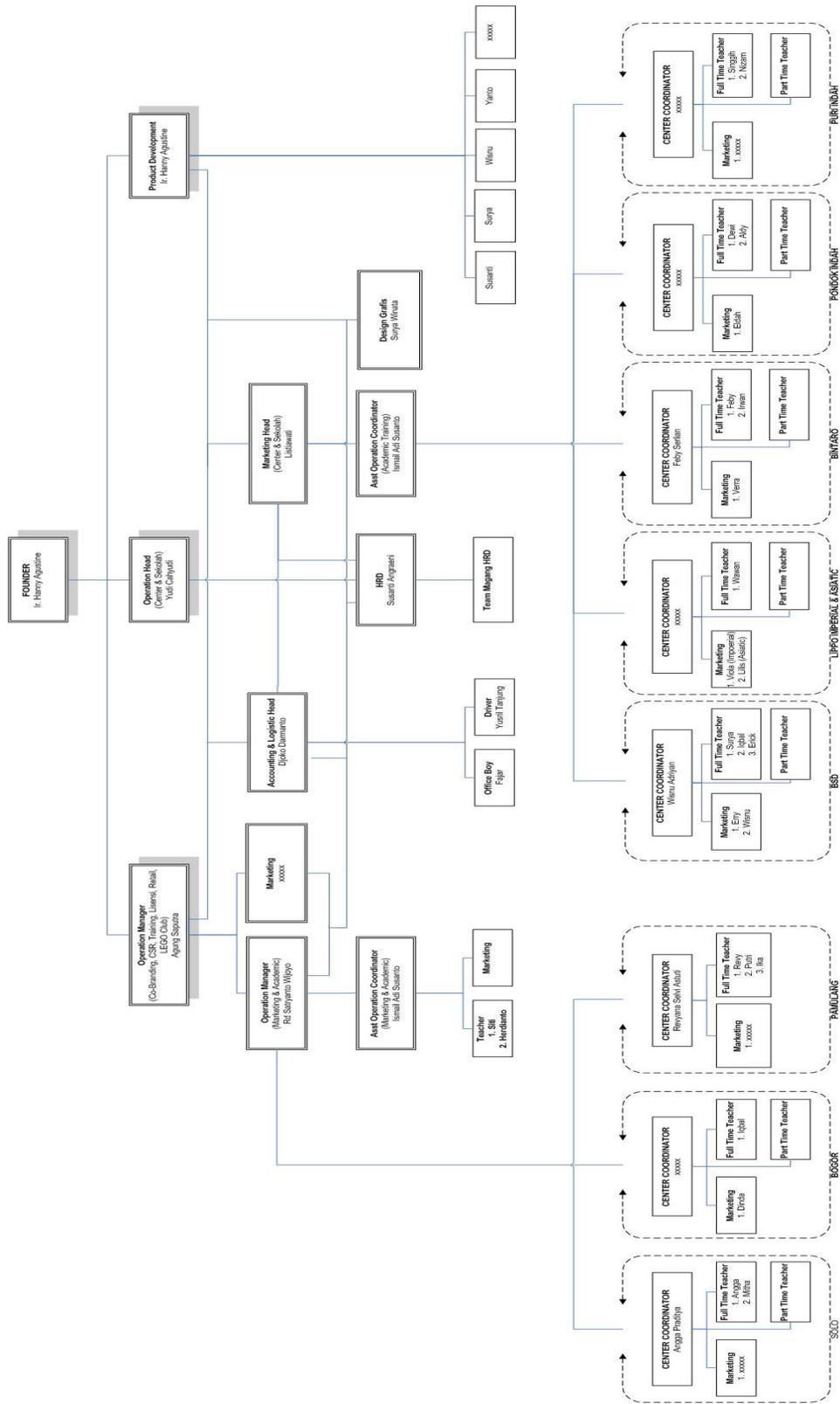
3. *Goal Oriented* :

Untuk nilai ini sangat perlu di DigiKidz karena perusahaan punya target pendapatan dan punya *target profit* setiap tahun. Tanpa pendapatan dan *profit*, perusahaan tidak mungkin bisa berkembang.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam laporan kerja magang ini penulis mencantumkan akan struktur organisasi Digikidz tempat penulis melaksanakan pelaksanaan kerja magang. Struktur organisasi ini dicantumkan karena penting untuk diketahui akan jajaran manajemen di PT Digikidz. Berikut struktur organisasi PT Digikidz Indonesia :

Gambar 2.4 Struktur Organisasi Perusahaan



Pada laporan kerja magang ini, penulis akan menjelaskan mengenai sebagian kecil dari keseluruhan struktur organisasi perusahaan. Penulis ditempatkan sebagai *staff Human Resource Development* yang berada di bawah *Operation Manager*. Berdasarkan dengan struktur yang dipaparkan tugas dan wewenang dari masing-masing divisi adalah sebagai berikut :

1. *Senior Operation Manager* : Memimpin, membina, dan mengawasi seluruh operasional perusahaan yang berlangsung, mengembangkan bisnis, dan memberikan arahan kepada jabatan *Head of Marketing* dan *Marketing Digi Pro* tentang *marketing* PT Digikidz Indonesia.
2. *Operation Manager* : Melakukan *product development*, melakukan perekrutan karyawan baru serta melakukan penempatan posisi yang tepat untuk karyawan, mengevaluasi kebutuhan yang sesuai untuk setiap divisi agar dapat bekerja secara efektif dan efisien, serta bertanggung jawab dan mengawasi penggunaan infrastruktur (*IT Tools*).
3. *Assistant Operation Coordinator* : Memberikan pelatihan untuk *teacher* maupun divisi lain guna untuk membentuk *culture* dan pemahaman tentang perusahaan serta mengawasi dan memberikan solusi untuk jadwal *teacher*.
4. *Center Coordinator* : Bertanggung jawab penuh terhadap kegiatan belajar serta mengatur segala jadwal *teacher part-time* ataupun *full-time*, mengatur dan mengawasi kinerja dari *teacher*. Melakukan pembelian alat-alat, *office supply*, agar tersedia sesuai dengan kebutuhan *teacher*.
5. *Teacher* : Mengajar sesuai dengan kurikulum, mampu menghadapi dan cepat tanggap menghadapi suatu masalah di *center*, mengerjakan tugas dan tata cara mengajar yang tepat sesuai dengan aturan perusahaan.

6. *Head of Marketing* : Menyusun *planning* untuk memperbaiki *system center* yang sedang mengalami penurunan omzet, mengambil keputusan promosi untuk *center* tertentu yang sedang ditangani, menjaga hubungan dengan pihak sekolah yang sudah bekerjasama, menawarkan produk baru kepada pihak sekolah yang sudah bekerjasama.
7. *Marketing Coordinator* : Melakukan presentasi di sekolah-sekolah untuk melakukan kerja sama, tetap membangun hubungan yang baik dengan pihak sekolah yang belum melakukan kerja sama, menyusun dan melakukan *planning* untuk setiap *center* dalam rangka mempromosikan Digikidz. Membina dan *sharing* pengetahuan *skill* dan pengalaman kepada *Marketing center*.
8. *Marketing Center* : Membangun hubungan yang baik dengan konsumen, memahami sebagian besar produk guna untuk memberikan penjelasan kepada orang tua, memastikan *system* promosi yang dilakukan dapat mencapai target, menyampaikan masukan atau kritik dari orang tua ke pihak *management* dan juga mengembangkan strategi *marketing* untuk meningkatkan jumlah konsumen sesuai dengan perusahaan.
9. *Product Development* : Memegang peranan yang sangat penting dalam proses pengembangan produk baru serta dalam tugasnya menjalankan sebagai *Product / Brand Manager* dibantu pihak media, *sales*, *market research*, R & D, *manufacturing*, dan *advertising agency*.
10. *Human Resource Development* : Bertanggung jawab terhadap perekrutan dan seleksi terhadap calon karyawan, mengurus absensi karyawan, serta melakukan pengelolaan terhadap kinerja karyawan.
11. *Accounting* : Bertanggung jawab penuh terhadap rekapitulasi absensi karyawan, perhitungan gaji, tunjangan, dan bonus. Mencatat seluruh arus kas masuk ataupun keluar. Menyimpan dan

mengumpulkan data pendapatan setiap *center*. Mencari dan membandingkan kualitas dan harga *tools* marketing yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Menerima seluruh *purchase order* dari setiap *center* dan memberikan informasi untuk keputusan hasil dari *purchase order* yang telah dikirimkan.

2.4 Hubungan Teori Dengan Pekerjaan Yang Dilakukan

2.4.1 Manajemen

Manajemen adalah proses mengoordinasikan aktivitas-aktivitas kerja sehingga dapat selesai secara efisien dan efektif dengan dan melalui orang lain (Robbins dan Coulter, 2007, h. 8).

Manajemen adalah proses dari bekerja dengan orang dan sumber daya untuk mencapai tujuan perusahaan (Bateman dan Snell, 2007, h. 16).

2.4.2 Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia adalah sebagai pelaksanaan atau aktifitas untuk menemukan dan menarik untuk posisi terbuka dalam perusahaan (Dessler, 2008, h. 2).

Menurut Schermerhorn (2010 : 296) manajemen sumber daya manusia adalah proses menarik, mengembangkan, dan mempertahankan tenaga kerja yang berkualitas tinggi.

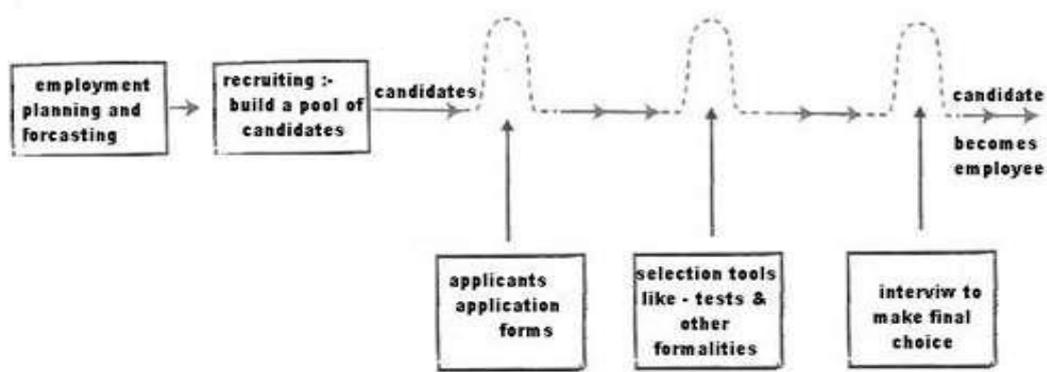
2.4.3 Rekrutmen

Rekrutmen adalah sebagai pelaksanaan atau aktivitas untuk menemukan dan menarik pelamar untuk posisi terbuka dalam perusahaan (Desler, 2013, h.172).

Rekrutmen adalah proses mencari, mengidentifikasi, dan menarik calon yang berkemampuan (Robbins dan Coulter, 2007, h. 347).

2.4.4 Proses Rekrutmen

Gambar 2.5 Proses Rekrutmen



Sumber : Dessler (2008)

1. *Employee planning and Forecasting*

Sebuah perencanaan kerja karyawan yang sesuai dengan kriteria-kriteria yang diberikan perusahaan untuk menentukan posisi apa yang sedang dibutuhkan oleh perusahaan, dan juga bagaimana mengisi posisi tersebut.

2. *Recruiting : Build a pool of candidates*

Melakukan rekrut karyawan yang kemudian dikumpulkan dalam satu daftar nama-nama calon karyawan, dimana dengan rekrutmen tersebut mampu untuk mempertimbangkan calon karyawan mana yang sesuai dengan kriteria yang diberikan oleh perusahaan.

3. *Applicants Application Forms*

Calon karyawan yang telah masuk dari hasil pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan oleh perusahaan kemudian mereka melakukan pengisian *form* aplikasi.

4. *Selection Tools : test & other Formalities*

Dari calon karyawan yang telah melakukan pengisian *form* aplikasi mereka diseleksi lebih dalam oleh perusahaan dengan menggunakan tes-tes yang disediakan oleh perusahaan.

5. *Interview to Make Final Choice*

Atasan melakukan *interview* akhir untuk menentukan bahwa pelamar diterima atau ditolak.

2.4.5 Metode Rekrutmen

Menurut Mondy dan Noe (2005), metode-metode rekrutmen terbagi atas 2 jenis, yaitu :

1. Metode Rekrutmen Internal
 - a. *Job Posting* : suatu prosedur untuk berkomunikasi dengan karyawan perusahaan bahwa sebenarnya ada lowongan jabatan.
 - b. *Job Bidding* : suatu teknik yang memungkinkan individu dalam suatu organisasi bahwa mereka yang percaya memiliki kualifikasi yang diperlukan untuk melamar pekerjaan yang diumumkan.
 - c. *Employee Enlistment* (pendaftaran karyawan) adalah suatu bentuk rujukan karyawan yang unik dimana setiap karyawan akan menjadi perekrut.
2. Metode Rekrutmen Eksternal
 - a. Iklan : cara mengkomunikasikan kebutuhan perusahaan akan pekerja kepada publik melalui media seperti radio, surat kabar, atau publikasi industri.
 - b. Agen tenaga-kerja : organisasi yang membantu perusahaan merekrut karyawan, pada saat yang sama membantu individu untuk mencari pekerjaan.
 - c. Perekrut : Internet *recruiter* dan *Job fair*
 - d. *Intership* : pelajar yang magang dan dapat dipercaya kemampuannya.
 - e. *Executive search firms* : organisasi yang digunakan oleh beberapa perusahaan untuk menemukan tenaga profesional dan *executive* yang berpengalaman.
 - f. *Contingency firm* : sebuah perusahaan yang hanya menerima jasa pencarian jika berhasil menempatkan calon dalam pekerjaan.
 - g. Asosiasi profesi : dengan virtual setiap grup profesional mem-*publish* sebuah jurnal yang dimana semua *member*-nya dapat membacanya.
 - h. Pelamar sambil lalu
 - i. *Open house* : alat perekrutan yang berharga, khususnya selama masa rendahnya pengangguran.

- j. Acara perekrutan : perekrut pergi ke acara perekrutan tersebut, dimana perusahaan ikut hadir dalam acara tersebut.

2.4.6 E-Recruitment

Menurut Parry (2006) dalam Purnomo (2013) *E-recruitment* adalah penggunaan internet untuk menarik karyawan yang potensial ke dalam suatu organisasi, termasuk di dalamnya adalah penggunaan dari situs perusahaan itu sendiri, organisasi dan penggunaan papan pengumuman lowongan pekerjaan komersial secara online.

2.4.7 Seleksi

Seleksi adalah proses memilih dari kumpulan lamaran kerja yang bertujuan untuk mempekerjakan kandidat yang paling baik (Kinicki dan Williams, 2009, h. 285).

Seleksi adalah berusaha meramalkan pelamar-pelamar mana yang akan berhasil bila dipekerjakan. “Berhasil” dalam hal ini berarti memiliki kinerja yang baik berdasarkan kriteria yang digunakan oleh organisasi itu untuk menilai para karyawannya (Stephen P. Robbins dan Mary Coulter, 2007, h. 349).

2.4.7.1 Tipe – Tipe Tes

Dalam melakukan seleksi karyawan terdapat beberapa *test* yang harus dilakukan (Dessler, 2008, h. 175), yaitu sebagai berikut :

1. *Test of Cognitive Abilities*
 - a. *Intelligence Test* adalah tes kemampuan intelektual umum. Tes ini bertujuan untuk mengukur kemampuan, termasuk memori, kosakata, *verbal fluency*, kemampuan angka.
 - b. *Specific Cognitive Abilities* adalah mengukur kemampuan mental, seperti penalaran deduktif, pemahaman verbal, memori, dan kemampuan angka.
2. *Test of Motor and Physical Abilities*

Tes ini untuk mengukur kemampuan motorik dan kemampuan fisik.
3. *Measuring Personality and Interest*

Tes ini untuk mengukur kepribadian dan minat calon karyawan.

 - a. *Caveats* adalah tes *personality*, tes yang paling sulit untuk dievaluasi dan digunakan.

- b. *Interest Inventories* adalah membandingkan kemampuan individu dengan orang lain dalam variasi yang berbeda.

4. *Achievement Test*

Tes ini untuk mengukur apa yang telah seseorang pelajari tersebut.

2.4.8 Jenis Alat Seleksi

Terdapat 5 (lima) tipe alat untuk melakukan seleksi terhadap calon karyawan (Robbins dan Coulter, 2007, h. 351) yaitu sebagai berikut :

1. Formulir Lamaran

Formulir lamaran itu hanya formulir tempat orang tersebut menuliskan nama, alamat, dan nomor teleponnya. Atau formulir itu mungkin merupakan profil riwayat pribadi yang lengkap, yang merinci kegiatan, keterampilan, dan prestasi orang tersebut.

2. a. Ujian Tertulis

Contoh-contoh ujian tertulis yang lazim mencakup uji kecerdasan, bakat, kemampuan, dan minat.

b. Ujian Simulasi Kerja

Uji simulasi kerja yang terbaik adalah pengambilan sampel kerja (*work sampling*) dan pusat penilaian (*assessment center*).

3. Wawancara

Wawancara, seperti formulir lamaran, merupakan perangkat seleksi yang hampir universal. Nilai wawancara sebagai perangkat seleksi menjadi pokok perdebatan yang sangat hebat.

4. Penyelidikan Latar Belakang

Penyelidikan latar belakang ada dua jenis : verifikasi data aplikasi dan pemeriksaan referens. Verifikasi data aplikasi merupakan sumber informasi seleksi yang berharga, sedangkan pemeriksaan referens pada dasarnya benar-benar tidak berharga sebagai alat seleksi karena referensi pelamar cenderung menjadi nyaris positif secara keseluruhan.

5. Pemeriksaan Jasmani

Perangkat seleksi ini hanya dapat berguna bagi sedikit pekerjaan yang mempunyai persyaratan fisik tertentu.

2.4.9 Efektifitas

Efektifitas adalah suatu cara untuk mencapai hasil, untuk membuat suatu keputusan yang tepat , dan berhasil membawa mereka keluar sehingga mereka dapat mencapai tujuan organisasi (Knicki dan Williams, 2009).