



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 I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang sedemikian pesatnya membawa dunia ke era baru yang memudahkan kehidupan manusia. Inovasi-inovasi teknologi yang diterapkan di segala bidang telah membawa banyak pengaruh bagi kesejahteraan hidup. Di bidang komunikasi dan informasi, salah satu produk hasil kemajuan teknologi yang sangat memberikan kemudahan adalah telepon genggam. Sejak pertama kali ditemukan sampai sekarang, telepon genggam atau yang biasa disebut *mobile phone* telah mengalami banyak perkembangan dalam segi bentuk maupun fungsi. Kecanggihan telepon genggam menjadi lebih maksimal lagi ketika terwujudnya kombinasi antara telepon genggam dengan internet, yang disebut telepon pintar atau *smartphone*. *Smartphone* dewasa ini telah menjadi kebutuhan informasi dan gaya hidup bagi masyarakat urban. Menurut data dari eMarketer.com pada tahun 2013, pengguna *smartphone* di dunia telah mencapai 1,43 miliar jiwa dan diprediksikan akan meningkat mencapai 2,5 miliar jiwa pada akhir tahun 2017.

Smartphone Users and Penetration Worldwide, 2012-2017

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Smartphone users (billions)	1.13	1.43	1.75	2.03	2.28	2.50
—% change	68.4%	27.1%	22.5%	15.9%	12.3%	9.7%
—% of mobile phone users	27.6%	33.0%	38.5%	42.6%	46.1%	48.8%
—% of population	16.0%	20.2%	24.4%	28.0%	31.2%	33.8%

Note: individuals of any age who own at least one smartphone and use the smartphone(s) at least once per month

Source: eMarketer, Dec 2013

166980

www.eMarketer.com

Tabel 1.1.1. Jumlah pengguna smartphone di dunia

(sumber: www.eMarketer.com)

Salah satu indikator dari negara maju adalah pertumbuhan ekonominya. Indonesia merupakan salah satu negara yang sedang berkembang pesat. Berdasarkan data dari Berita Resmi Statistik No.16/02/th. XVII, 5 Februari 2014 yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS), tingkat Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia tahun 2013 sebesar Rp2.770,3 triliun, tumbuh sebesar 5,78 persen dibandingkan dengan tahun 2012. Hal ini tentu tergolong tinggi dibandingkan dengan rata-rata pertumbuhan PDB dunia yang hanya sebesar 2,2 persen.



Gambar 1.1.1. Perkembangan PDB Indonesia

(sumber <http://bps.go.id/>, data diolah)

Seiring dengan meningkatnya PDB negara, pendapatan per kapita penduduk juga meningkat. Pada tahun 2013, pendapatan per kapita negara dengan penduduk mencapai 250 juta jiwa ini mencapai Rp35,4 juta, meningkat 8,72 persen dari tahun sebelumnya yang sebesar Rp32,5 juta. Peningkatan pendapatan yang terus menerus ini akhirnya mengakibatkan daya beli masyarakat meningkat, sehingga gaya hidup masyarakat menjadi cenderung semakin konsumtif. Selain itu dengan meningkatnya pendapatan, jumlah masyarakat kelas menengah di Indonesia semakin meningkat. Menurut *Asian Development Bank* (2010), yang didefinisikan sebagai kelas menengah adalah masyarakat dengan rentang pengeluaran perkapita per hari sebesar \$2-\$20. Dari definisi tersebut, maka pada tahun 2010 didapatkan jumlah kelas menengah di

Indonesia sebanyak 134 juta jiwa, atau sekitar 56% dari jumlah penduduk, suatu jumlah yang sangat besar, dan akan terus meningkat.

Melihat potensi pasar di Indonesia yang sangat menggiurkan ini membuat banyak perusahaan berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam negeri. Salah satu kebutuhan yang sesuai dengan gaya hidup kelas menengah dan keatas adalah kebutuhan terhadap informasi dan telekomunikasi. PT Data Citra Mandiri merupakan salah satu perusahaan yang hadir menyajikan solusi untuk kebutuhan tersebut. Dengan menghadirkan *store* “iBox”, anak perusahaan dari Erajaya Group ini menawarkan berbagai produk *mobile gadget* dengan merk “Apple”. Apple adalah salah satu perusahaan *smartphone* terbesar di dunia. Produknya antara lain iPhone, iPod, iPad, iMac, dan Macbook, memiliki *brand equity* yang cukup kuat di mata konsumen dunia.

Dalam ranah usahanya, PT Data Citra Mandiri merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan. Dalam menghadapi persaingan bisnis, PT Data Citra Mandiri harus melakukan ekspansi agar dapat menjangkau lebih banyak konsumen sehingga dapat memenuhi tujuan utama perusahaan. PT Data Citra Mandiri per Desember 2014 telah memiliki 39 *outlet* yang tersebar di seluruh Indonesia.

Untuk dapat mengelola bisnis dengan baik, diperlukan manajemen keuangan yang baik juga. Seluruh pemasukan dan pengeluaran finansial oleh perusahaan serta kebijakan-kebijakan finansial yang akan dilakukan perusahaan harus diperhatikan secara seksama. Dalam perusahaan perdagangan, aliran kas yang masuk ke perusahaan pada umumnya berasal dari penjualan. Penjualan

dapat dilakukan dengan cara tunai atau kredit. PT Data Citra Mandiri memiliki banyak *outlet* yang melakukan penjualan secara tersendiri, sehingga kas yang masuk ke perusahaan berasal dari banyak sumber. Oleh karena itu diperlukan pengawasan untuk seluruh kas masuk yang berasal dari penjualan masing-masing *outlet* iBox. Pada PT Data Citra Mandiri, penjualan dari setiap *outlet* baik tunai maupun kredit dianggap sebagai piutang dari *outlet* kepada perusahaan, dan akan dianggap lunas ketika dana kas masuk ke rekening perusahaan.

Penulis sebagai mahasiswa tingkat akhir diharapkan dapat mengaplikasikan ilmu-ilmu yang telah didapat secara teori ke dalam dunia nyata. Kesempatan untuk melakukan praktek kerja magang di PT Data Citra Mandiri khususnya di divisi *Finance* dimanfaatkan penulis untuk mengamati bagaimana alur penagihan piutang dalam perusahaan retail.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dari program kerja magang ini adalah untuk memahami peranan Departemen *Finance* pada perusahaan retail, khususnya di bagian *Account Receivable* dalam kegiatan operasional PT Data Citra Mandiri.

Sedangkan tujuan dari dilakukannya program kerja magang ini bagi penulis adalah:

- Untuk memperoleh pengalaman dalam dunia kerja yang sesungguhnya di bidang keuangan

- Untuk mengaplikasikan secara praktikal ilmu-ilmu yang telah diperoleh secara akademis di bidang *Finance*
- Untuk memperluas pengetahuan mengenai alur penagihan piutang dalam perusahaan retail
- Untuk memberikan referensi kepada rekan akademia lainnya mengenai alur penagihan piutang dalam perusahaan
- Untuk memenuhi syarat kelulusan Strata-1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Multimedia Nusantara

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1. Waktu Kerja Magang

Program Kerja Magang ini dilaksanakan sesuai dengan ketentuan dari Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara, yaitu minimal efektif 60 hari kerja.

Pelaksanaan program kerja magang sebagai berikut:

Nama Perusahaan : PT Data Citra Mandiri

Brand Perusahaan : iBox

Alamat : The Capital Residence Building Office Tower,
7th Floor, Kawasan SCBD, Jl. Jendral
Sudirman Kav 52-53, Jakarta Selatan 12190

Waktu pelaksanaan : 07 Juli 2014 – 31 Oktober 2014

Waktu Operasional : Senin – Jumat pukul 09.00 – 18.00

Posisi Magang : *Finance* Division, Retail AR team

1.3.2. Prosedur Kerja Magang

Prosedur kerja magang yang diikuti penulis merupakan ketentuan yang berlaku berdasarkan Universitas Multimedia Nusantara dan PT Data Citra Mandiri. Adapun prosedur yang ditetapkan sebagai berikut:

- a. Pengajian *Curriculum Vitae* kepada HRD PT Erajaya Swasembada Tbk. selaku perusahaan induk.
- b. Melakukan *interview* dengan HRD PT Erajaya Swasembada Tbk. di *Erajaya Development and Assesment Center (E-DNA)*, Plaza Hayam Wuruk pada tanggal 03 Juli 2014
- c. Menandatangani kontrak kerja magang
- d. Efektif bekerja dan pengenalan di kantor pada tanggal 07 Juli 2014 di *Capital Office Tower*
- e. Mengisi formulir pengajuan kerja magang
- f. Memberikan surat pengajuan kerja magang dari universitas ke perusahaan
- g. Menerima surat balasan dari pihak perusahaan kepada universitas
- h. Melaksanakan program kerja magang
- i. Melengkapi dokumen-dokumen administrasi program kerja magang
- j. Penyusunan laporan kerja magang
- k. Penyerahan laporan kerja magang kepada PT Data Citra Mandiri
- l. Sidang kerja magang sebagai pertanggungjawaban hasil kerja magang

1.4. Metode dan Sistematika Penulisan

Penulisan laporan magang ini dilakukan dengan metode dan sistematika penulisan dengan format baku yang diatur dalam buku “Panduan Kerja Magang Prodi Manajemen” tahun 2014 yang disusun khusus untuk Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Multimedia Nusantara, dengan struktur sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian awal ini, penulis membahas mengenai latar belakang dalam bidang praktek kerja magang, maksud dan tujuan kerja magang, serta waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

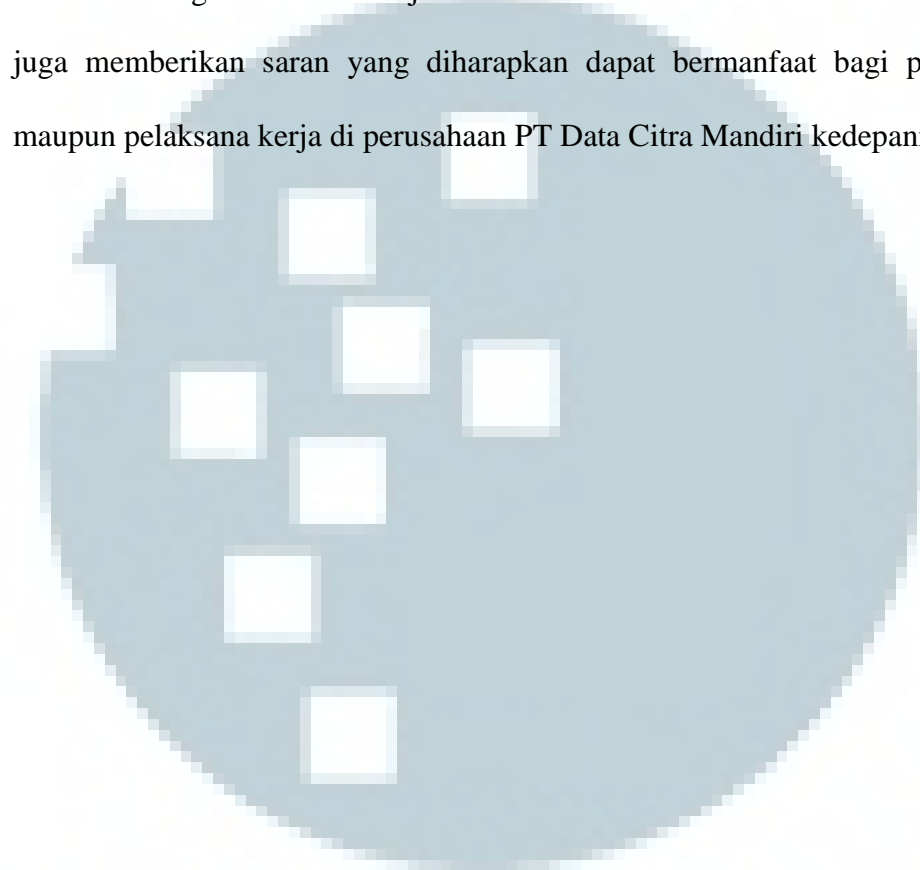
Pada bab ini, penulis menguraikan profil perusahaan, mulai dari sejarah singkat, visi dan misi, struktur organisasi, dan gambaran umum divisi tempat penulis melaksanakan kerja magang, serta dilengkapi dengan tinjauan pustaka yang mendukung teori-teori terkait yang berhubungan dengan topik kerja magang.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Pada bab ini, penulis merincikan tugas-tugas yang dilakukan pada saat praktek kerja magang dan kendala-kendala yang terjadi, disertai dengan solusi yang dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, penulis menarik kesimpulan dari teori yang digunakan dikaitkan dengan realisasi kerja di PT Data Citra Mandiri. Selain itu, penulis juga memberikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun pelaksana kerja di perusahaan PT Data Citra Mandiri kedepannya.



UMN