



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

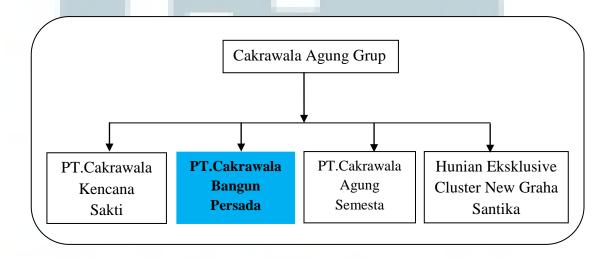
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Cakrawala Agung Grup merupakan perusahaan sedang tumbuh dan berkembang yang bergerak di bidang produsen bahan material bangunan, pengembangan perumahan dan bangunan komersial lainnya. Dilihat dari pertumbuhan ekonomi dan pembangunan di Indonesia yang terus meningkat ini menjadi peluang bisnis yang dimanfaatkan oleh pendiri Cakrawala Agung Grup.

Dalam rangka mengembangkan dan membangun Cakrawala Agung Grup, manajemen memanfaatkan peluang bisnis yang ada untuk mengembangkan perusahaan pada bidang manufaktur yaitu baja ringan, bata ringan, dan membangun pabrik baru semen instan siap pakai serta akan membangun lokasi pergudangan. Cakrawala Agung Grup menyediakan berbagai produk-produk inovatif yang secara khusus disesuaikan dengan kebutuhan para investor. Kejelian dari manajemen dalam melihat peluang bisnis yang ada dalam merebut pangsa pasar yang besar, komitmen manajemen dalam memberikan pelayanan, dan mengutamakan kepuasan pelanggan merupakan kunci sukses keberhasilan perusahaan dalam membangun Cakrawala Agung Grup.

Cakrawala Agung Grup berawal dari sebuah perusahaan keluarga yang bergerak dibidang kontraktor yang kemudian berkembang menjadi sebuah perusahaan professional tanpa meninggalkan nilai—nilai utamanya yang berharga yaitu kepercayaan dan kesempurnaan. Cakrawala Agung Grup juga membangun kekuatan berdasarkan kredibilitas dan efisiensi yang telah dijalankan sejak awal berdiri. Dengan komitmen manajemen terhadap kesempurnaan, ketepatan waktu dan inovasi sehingga Cakrawala Agung Grup dipercaya oleh konsumen dalam setiap bidang bisnis yang dikembangkan. Peluang bisnis yang dilakukan oleh Cakrawala Agung Grup dalam pengembangannya memiliki beberapa bisnis yang menjadi anak perusahaannya diantarannya



Gambar 2.1 Bagan Anak Perusahaan Cakrawala Agung Grup

 PT.Cakrawala Kencana Sakti yang didirikan pada tahun 2005, dengan kerja keras yang dilakukan oleh pemilik untuk membangun perusahaan, sehingga perusahaan ini tumbuh dengan mengembangkan bisnisnya dibidang properti dengan membangun Karang Anyer Residence melalui PT.Green Alam Lestari yang dimulai tahun 2010.

- 2. PT.Cakrawala Bangun Persada yang didirikan pada tahun 2011, dengan peluang bisnis dalam bidang semen instan dengan merek Super Mortar.
- 3. PT.Cakrawala Agung Semesta yang didirikan pada tahun 2012, dengan peluang bisnis dalam bidang genteng beton dengan merek Mekar Jaya dan Batako.
- 4. Hunian Eksklusive Cluster New Graha Santika yang mengembangkan usaha dibidang properti, yang berlokasi di Jatiasih Bekasi. Peluang bisnis ini didirikan pada awal tahun 2014, dengan membangun hunian di wilayah Purwakarta yang berlokasi di desa Dangdeur di Kawasan Industri Kota Bukit Indah City (BIC)

Dalam sejarah perusahaan ini Penulis berfokus pada PT.Cakrawala Bangun Persada yang berdiri pada tahun 2011 didirikan untuk memproduksi semen instan dengan merek Super Mortar yaitu semen yang siap di pakai (premixed mortar).

Dalam proses produksi semen instan dengan merek Super Mortar di PT.Cakrawala Bangun Persada menggunakan mesin-mesin dengan teknologi modern. Super Mortar memiliki banyak kelebihan dibandingkan dengan campuran semen konvensional, dimana Super Mortar memiliki campuran lebih homogen. Bahan-bahan yang dibutuhkan dalam pembuatan Semen Mortar ini

diantaranya Semen, Filler, Aditif dan Pasir semuanya dari bahan berkualitas tinggi, sehingga menghasilkan semen instan yang berkualitas. Super Mortar juga memiliki daya rekat tinggi, sehingga mencegah timbulnya retak rambut pada dinding.

PT.Cakrawala Bangun Persada memiliki fasilitas produksi, armada transportasi yang besar dan didukung dengan sumber daya manusia professional yang menjadikan PT.Cakrawala Bangun Persada dapat di percaya dan memiliki komitmen mengutamakan pelayanan dan kepuasan konsumen/pelanggan. PT.Cakrawala Bangun Persada berkomitmen untuk menghasilkan semen instan yang berkualitas agar konsumen memperoleh hasil yang terbaik dan PT.Cakrawala Bangun Persada selalu melakukan perbaikan-perbaikan/inovasi dalam seluruh proses bisnis yang dijalankan.

2.2 Visi, Misi, dan Motto

Visi dan Misi dari PT.Cakrawala Bangun Persada adalah

Visi:

PT.Cakrawala Bangun Persada didirikan untuk memproduksi semen instan Super Mortar yang terbaik sehingga memberikan manfaat dalam membangun.

Misi:

- Selalu menghasilkan produk yang berkualitas yang diterima masyarakat.
- Memberikan pemecahan masalah dalam kebutuhan bahan bangunan dengan selalu melakukan inovasi produk dalam menghasilkan semen instan Super Mortar.
- Memberikan kemudahan dan kecepatan kerja dengan menginformasikan cara pemakaian Super Mortar kepada konsumen.

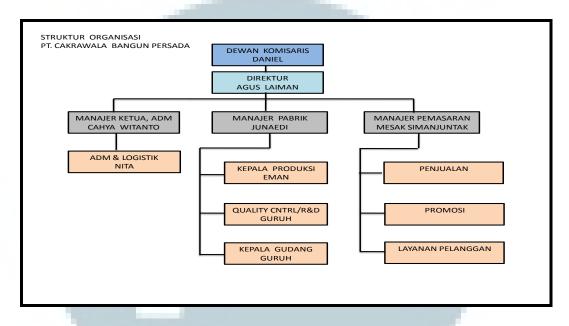
Motto:

"Dengan Super Mortar semakin Mudah Pekerjaannya, semakin Cepat Kerjanya, maka semakin Besar Untungnya"

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Dilaporan magang ini Penulis memperlihatkan secara jelas struktur organisasi di PT.Cakrawala Bangun Persada dan di dalam struktur organisasi ini terlihat jelas kedudukan dan posisi-posisi di masing-masing divisi yang ada di PT.Cakrawala Bangun Persada. Organisasi pada dasarnya bertujuan untuk mengkoordinir suatu badan perusahaan yang terdiri dari berbagai macam divisi yang ada didalamanya kemampuan yang dimiliki divisi masing-masing untuk diarahkan kepada tujuan (goal) PT.Cakrawala Bangun Persada itu sendiri. Tidak sekedar pencapaian tujuan saja yang harus dipenuhi, tapi setiap divisi harus juga bisa menerapkan pengambilan keputusan secara baik dan di lain pihak struktur

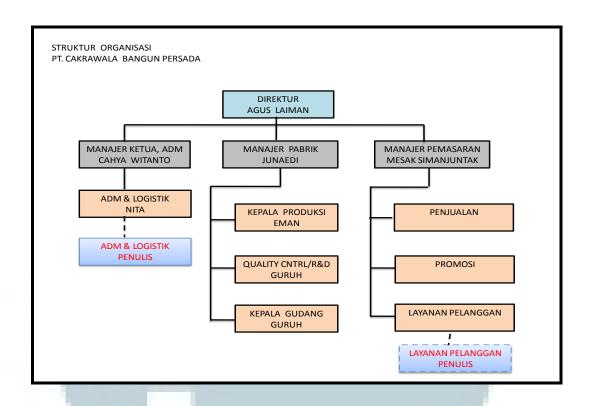
organisasi ini merupakan perincian kegiatan yang harus dikerjakan oleh masingmasing pekerja sesuai dengan bidang serta wewenangnya masing-masing. Adapun struktur yang dimaksud adalah sebagai berikut:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT.Cakrawala Bangun Persada

Dan adapun Struktur Organisasi pada divisi Penulis adalah sebagai berikut:





Gambar 2.3 Struktur Organisasi Adm & Logistik dan Layanan Pelanggan
PT.Cakrawala Bangun Persada

Terlihat pada Gambar 2.3, bahwa Penulis memiliki koordinasi non struktural kepada Manager Ketua Administrasi, Administrasi & logistik, Manager Pemasaran, dan Layanan Pelanggan, ini karena Penulis ditempatkan pada divisi *Marketing Administrasi* hanya sementara dan tidak bersifat tetap.

Selama magang berlangsung Penulis ditempatkan di *Administrasi Maketing Support* PT.Cakrawala Bangun Persada, Penulis dalam pekerjaan sehari–hari melakukan koordinasi dalam pemberian pekerjaan dan penyelesain pekerjaan dengan Manager Ketua Administrasi (Bapak Cahya Witanto) dan

Administrasi & Logistik (Ibu Nita), tidak sampai disitu saja Penulis berkoordinasi untuk Layanan Pelanggan.

Berdasarkan Gambar 2.3 dari masing-masing pekerja atau karyawan memiliki wewenang dari tugas-tugas, kewajiban dan tanggung jawab yang diberikan kepada karyawan di PT.Cakrawala Bangun Persada adalah:

1. Direktur

Direktur PT.Cakrawala Bangun Persada mempunyai tugas dan peran yang sangat kuat dalam divisi ini yaitu melakukan riset terhadap pasar dan membuat program–program khusus untuk memasarkan produk baru dan meningkatkan target penjualan, melakukan analisa harga dan membuat budget dan target penjualan tahunan sesuai dengan apa yang telah diterapkan, bekerja sama dan memotivasi tim dan mengontrol kedisiplinan tim, mengkoordinasi setiap unit terkait agar berjalan sesuai tujuan perusahaan dan tepat waktu, dan melakukan pelayanan terbaik ke customer.

2. Manager Administrasi

Manager Administrasi PT.Cakrawala Bangun Persada mempunyai tugas dan peran yang kuat dalam di divisi ini yaitu melakukan pengecekan tagihan piutang, pengeluaran & pemasukan kas, pembuatan pembayaran (Giro atau Cek) untuk ke *customer* dalam pembelian kebutuhan pabrik dan kantor.

3. Administrasi & Logistik

Administrasi & Logistik PT.Cakrawala Bangun Persada mempunyai tugas membuat DO (*Delivery Order*), membuat faktur pajak, membuat *invoice*, membuat surat jalan, pembuatan rekapan (*invoice* & penjualan), pembuatan tanda terima, pengecekan ulang penjualan dan produksi dari pabrik dengan kantor, penagihan piutang.

4. Manager Pabrik

Manager Pabrik PT.Cakrawala Bangun Persada mempunyai tanggung jawab terhadap seluruh kegiatan pabrik untuk pencapaian target perusahaan, bertanggung jawab terhadap pencapaian target produksi tahunan/bulanan sesuai dengan target tahunan/bulanan yang disepakai bersama atasan/manajemen/direktur, bertanggung jawab terhadap pengendalian penggunaan material dan biaya operasional sesuai dengan standard kebutuhan yang diterbitkan oleh Departemen yang bersangkutan, dan bertanggung jawab terhadap pemenuhan batas standar biaya tenaga kerja sebagaimana diterbitkan oleh Departemen Keuangan. Manager Pabrik juga mempunyai tugas yaitu melakukan analisa keberhasilan, kesulitan/hambatan yang dihadapi setiap bulan, membuat perencanaan kerja bulanan yang secara detail, melaksanakan dan mengkoordinir

pelaksanaan rencana kerja bulanan agar keseluruhan pekerjaan dapat dilaksanakan dengan cara memberikan arahan/penjelasan kepada bawahan, membagi tugas/pekerjaan sesuai dengan keahlian karyawan masingmasing dan melengkapi alat kerja, metode dan material yang dibutuhkan untuk pelekasanaan pekerjaan dimaksud, melakukan monitoring dan evaluasi terhadap kesesuaian rencana dengan pelaksanaan untuk memastikan masalah dan penyimpangan yang terjadi dapat segera diidentifikasi penyebabnya dan segera mengambil tindakan pencegahan/mengatasi masalah untuk meminimalkan dampak kerugian dari penyimpangan/masalah yang muncul, membuat laporan hasil bulanan yang menjelaskan secara rinci, melaksanakan upaya dan tindakan yang dapat memperlancar dan menyempurnakan proses pada bagiannya untuk tujuan peningkatan produktifitas, efisiensi dan peningkatan kualitas hasil produksi.

5. Kepala Produksi

Kepala Produksi PT.Cakrawala Bangun Persada mempunyai tanggung jawab terhadap produksi, mengontrol anak buah dalam melakukan produksi, mengontrol bahan-bahan dan packaging, memerintah anak buah dan memberikan pekerjaan produksi, mengatur produksi yang di perlukan sehingga tidak terjadi kekurangan atau kelebihan yang membuat perusahaan rugi.

6. Quality Control / R&D

Quality Control/R&D PT.Cakrawala Bangun Persada berperan untuk mengecek ulang seluruh barang yang sudah di produksi, memantau semua proses produksi sehingga kualitas barang sesuai, pengaturan seluruh penmpatan barang-barang sehingga tidak berantakan, mengurus pengiriman barang.

7. Kepala Gudang

Kepala Gudang PT.Cakrawala Bangun Persada mempunyai tugas memantau seluruh barang-barang yang ada di gudang, mengontrol stock semen mortar, membuat laporan stock barang masuk dan keluar.

8. Manager Pemasaran

Manager Pemasaran PT.Cakrawala Bangun Persada melakukan tugas dalam pembuatan (brosur & spanduk), pembuatan hasil penjualan dan produksi dalam setahun sebagai laporan ke direktur, melakukan pemantauan pasar–pasar dalam properti, dan mengawasi bagian penjualan, promosi, dan pelayanan ke pelanggan.

9. Penulis

Penulis merupakan karyawan kerja magang yang ditempatkan di divisi Marketing Administrasi tugas yang dilakukan selama kerja magang, sama seperti apa yang dilakukan Administrasi & Logistik dan layanan pelanggan ini dilakukan untuk mendukung agar tercapainya target pekerjaan. Penulis selama kerja magang melakukan pembuatan *invoice*, input rekapan penjualan, penyusunan berkas berkas kedalam dokumen, dan melayani pelanggan Via Telepon di PT.Cakrawala Bangun Persada.

2.4 Jenis-Jenis Produk

Dalam penjualan semen mortar dengan merek Super Mortar yang di produksi oleh PT.Cakrawala Bangun Persada mempunyai berbagai jenis semen yaitu sebagai berikut :

1. SM-395 Semen Mortar Acian



Definisi Produk: Super Mortar Acian adalah campuran semen, filler dan additive yang dikemas secara kering dalam kemasan 50 kg.

Kegunaan: Sebagai bahan adukan dalam pekerjaaan acian dinding plester.

2. SM-390 Semen Mortar Plester



Definisi Produk: Super Mortar Plester & Pasangan Bata adalah campuran semen, filler dan additive yang dikemas dalam kemasan 50 kg.

Kegunaan: Sebagai campuran dan pengganti semen pc, digunakan dalam pekerjaan plester & pasangan bata seperti:

- Bata Ringan (AAC,CLC,dll) Batako Presisi
- Bata Merah

3. SM-400 Semen Mortar Acian



Definisi Produk: Super Mortar Acian adalah campuran semen filler dan additive yang dikemas secara kering dalam kemasan 40 kg, hanya menambahkan air dan mengaduknya hinga merata untuk diaplikasikan sebagai pekerjaan acian dinding plester

Kegunaan: Sebagai bahan adukan dalam pekerjaaan acian : -bata ringan -bata kopresisi, bata merah dll

4. SM-410 Semen Mortar Skimcoat



Definisi Produk: Super Mortar Skimcoat adalah campuran semen filler dan additive yang dikemas secara kering dalam kemasan 40 kg, hanya menambahkan air dan mengaduknya hinga merata untuk diaplikasikan sebagai pekerjaan Acian pada dinding beton

Kegunaan: Sebagai bahan adukan dalam pekerjaaan acian pada dinding beton

5. SM-500 K-350 Semen Mortar Beton Grouting



Definisi Produk: SM Grouting beton K-350 adalah campuran Pasir, agregat, semen & additive yang dikemas secara kering dalam kemasan 40 Kg, hanya menambah air dan mengaduknya hinga merata untuk diaplikasikan sebagai adukan pekerjaan struktur dan sejenisnya.

Kegunaan: Sebagai adukan untuk grouting kolom, balok, pelat dinding & pekerjaan beton lainnya.

6. SM-600 Semen Mortar Render



Definisi Produk: Super Mortar Render (Finish Coat) adalah campuran semen, filer dan additive yang dikemas secara kering dalam kemasan 50 kg hanya menambahkan air dan mengaduknya hinga merata untuk diaplikasikan sebagai pengganti plester & acian pada dinding bata ringan.

Kegunaan:Sebagai bahan adukan pengganti plester & acian pada dinding bata ringan dengan tebal 5-8 mm

7. SM-700 Semen Mortar Thinbed



Definisi Produk: Super Mortar Thinbed (Perekat bata ringan) adalah semen, filler & additive yang dikemas secara kering dalam kemasan 40 kg, hanya menambahkan air dan mengaduknya hinga merata untuk diaplikasikan sebagai perekat bata ringan (bata presisi)

Kegunaan: Sebagai perekat dalam pemasangan jenis bata presisi seperti: bata ringan , batako, dan sejenisnya

8. SM-800 Semen Mortar Perekat Keramik Lantai



Definisi Produk: Super Mortar Perekat Keramik Lantai adalah campuran semen, filler ,additive dan pasir silica yang dikemas secara kering dalam kemasan 40 kg hanya menambahkan air dan mengaduknya hinga merata untuk diaplikasikan sebagai pemasangan keramik dan sejenisnya pada lantai.

Kegunaan: Sebagai perekat dalam pemasangan keramik lantai

9. SM-801 Semen Mortar Plester & Pasangan Bata



Definisi Produk: Super Mortar Plester & Pasangan Bata adalah campuran semen, filler, additive & pasir silica yang dikemas secara kering dalam kemasan 50 kg, hanya menambahkan air dan mengaduknya hingga merata untuk diaplikasikan sebagai pekerjaan plester & pasangan bata

Kegunaan: Sebagai adukan dalam pekerjaan plester & pasangan bata:

- Bata Ringan (AAC,CLC,dll) Batako Presisi
- Bata Merah dl

10. SM-810 Semen Mortar Perekat Keramik Dinding



Definisi Produk: Super Mortar Perekat Keramik Dinding adalah campuran semen, filler, additive dan pasir silica yang dikemas secara kering dalam kemasan 40 kg hanya menambahkan air dan mengaduknya hinga merata untuk diaplikasikan sebagai pemasangan keramik pada dinding.

Kegunaan: Sebagai perekat dalam pemasangan keramik dinding

2.5 Landasan Teori

2.5.1 Pemasaran (Marketing)

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong, Marketing adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai untuk konsumen dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk mengambil kembali nilai dari pelanggan. Proses pemasaran sebagai hubungan timbal balik antara perusahaan dengan *customer* yang saling bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

Menurut Philip Kotler (2000), pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Ditambah menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2008), pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai untuk konsumen dan membangun hubungan yang kuat dengan konsumen dengan tujuan mendapat nilai dari konsumen sebagai imbalan. Ada 5 model dari proses pemasaran, yaitu :

- 1. Mengerti kebutuhan dan keinginan pasar dan konsumen,
- 2. Mendesain strategi *marketing* yang memikirkan kebutuhan konsumen,
- 3. Membuat program *marketing* yang menghasilkan nilai yang lebih kuat,
- 4. Membangun hubungan yang menguntungkan dan membuat pelanggan senang,
- 5. Menangkap nilai dari konsumen untuk menciptakan keuntungan dan ekuitas konsumen.

Karena itulah, pentingnya pemasaran yang direncanakan dengan matang dengan melihat kebutuhan konsumen agar pemasaran ini berjalan dengan lancar dan mencapai tujuan perusahaan.

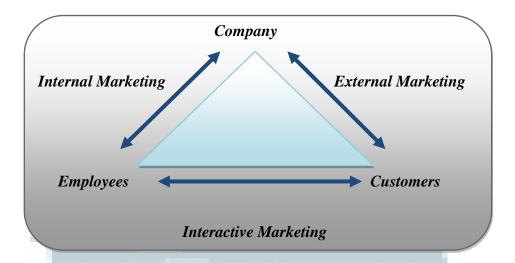
2.5.2 Business-to-business (B2B)

Menurut buku Global Marketing (5th Edition), *Business to Business* atau *B2B* merupakan transaksi dimana penyalur atau distributor memberikan produk untuk perusahaan lain yang digunakan sebagai input dalam proses produksi atau operasi sehari-hari. Pada *B2B* biasanya menggunakan internet dalam proses transaksinya seperti penggunaan *email* untuk pengiriman atau permintaan proposal bisnis.

Dalam buku Business A Changing World (edisi 6^{th)}, *Business to Business* didefinisikan sebagai penggunaan internet untuk bertransaksi dan komunikasi antara organisasi.

2.5.3 Marketing Support

Dalam proses *marketing*, *service* menjadi suatu hal yang penting untuk memenuhi kepuasan dari konsumen. *Marketing support* merupakan bagian dari marketing dan tugas *marketing support* selalu berkaitan dengan *service* yang diberikan dimana *service* itu bersifat *intangibility* yang tidak bisa dilihat namun bisa dirasakan manfaatnya dari sebuah barang/jasa. Berikut tipe—tipe dari *service marketing*:



Gambar 2.4 3 Tipe Service Marketing (Principles of Marketing 14 th)

Secara teori, ada 3 tipe dari *service marketing* seperti pada gambar 2.4 di atas. Dalam *marketing support* terlibat dalam 3 tipe service marketing.

- 1. *Internal Marketing* berorientasi kepada kerja sama antar *employees* untuk kepuasan *customer*.
- 2. *Interactive Marketing* berorientasi kepada interaksi antar *employees* dengan *customer* untuk memberikan kepuasan yang dibutuhkan oleh setiap *customer*.
- 3. *External Marketing* berorientasi pada semua kegiatan yang dilakukan perusahaan yaitu memberi harga, promosi, hingga barang sampai ke customer.