

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN



2.1 Sejarah Singkat Berdirinya PT. Columbindo Perdana

PT. Columbindo Perdana secara resmi berdiri pada tanggal 28 Februari 1982, didirikan oleh sebuah keluarga yang sudah menekuni dunia bisnis sejak satu abad yang lalu dan sudah memiliki pengalaman panjang dalam bisnis elektronik. Sejak tahun 1950 keluarga ini telah menjadi importir produk Philips dengan nama "*Rasie Electronic*" di Medan, dan "*Palapa Electronic*" di Jakarta sebagai distributor untuk seluruh Indonesia.

Sejak produk Jepang memasuki pasar Indonesia pada tahun 70-an keluarga pendiri ini segera meraih peluang untuk menjadi penyalur produk-produk Jepang yang terkemuka seperti Sanyo, Hitachi, Sharp, Toshiba, Nasional, Mitsubishi, dan Pioneer. Para pendiri melihat bahwa di masa depan permintaan masyarakat akan barang-barang elektronik akan terus meningkat, tetapi disisi lain daya beli masyarakat masih rendah. Kenyataan ini justru dilihat sebagai potensi pasar terbesar yang harus segera digarap dan diolah. Beranjak dari latar belakang pemikiran inilah akhirnya Palapa Elektronik merubah strategi pemasarannya dengan meluncurkan penjualan dengan system *CASH & CREDIT* untuk meraih pangsa pasar golongan menengah kebawah. nama. *PT. Columbia Dharma Pertiwi* (kemudian berganti nama menjadi *PT Columbindo Perdana*).

Pada tahun pertama beroperasinya, PT. Columbindo Perdana melaksanakan aktivitasnya dari sebuah gedung kecil diatas tanah seluas 75m²

yang beralamat di jalan Hayam Wuruk 111. Pada gebrakan tahun pertama ini tanggapan dari masyarakat begitu luar biasa. Namun pada tahun pertama, kegiatan perusahaan membutuhkan pengorbanan penuh, tidak saja dalam bentuk materi tetapi juga tenaga, pikiran dan waktu untuk memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen.

Tahun 1983 PT. Columbindo Perdana mulai turut berpartisipasi dalam kegiatan Pekan Raya Jakarta (PRJ) dan tercatat sebagai pelopor perusahaan kredit yang ikut dalam kegiatan pameran tersebut. Order pun kian membengkak, bahkan konsumen rela untuk antri dalam pengajuan kredit maupun untuk membayarkan angsuran.

Pada bulan Oktober 1983 diresmikan cabang pertama di Jl. Nursaid, Bandung. Gebrakan pertama ini ternyata membawa peningkatan. Peningkatan dan pengembangan terus dilakukan hingga pada akhir tahun 1987, PT. Columbindo Perdana telah memiliki dua cabang di DKI Jakarta dan delapan cabang diluar Jakarta. Seperti layaknya orang tua, kantor pusat tak henti-hentinya memperhatikan dan mengajari cara berjalan yang benar. Hal ini dimaksudkan agar jangan menyimpang dari Visi dan Misi perusahaan.

Melalui penanaman dan sosialisasi Visi, Misi dan nilai-nilai budaya serta filosofi perusahaan yang dilakukan secara konsisten pertumbuhan PT. Columbindo Perdana semakin mantap. Berbagai program-program pendidikan dan pengembangan karir setiap karyawan secara terus menerus dilakukan. Pertemuan bulanan misalnya, perusahaan mewajibkan kepada seluruh karyawan mulai dari office boy sampai direksi untuk menghadiri program ini. Tidak hanya

sebatas pertemuan bulanan, setiap bagian dianjurkan menyusun jadwal pendidikan sendiri, khusus untuk unit departemennya masing-masing yang dikoordinasi dengan Divisi Pelatihan, sehingga dengan demikian seluruh karyawan dalam bagiannya dapat menambah bekal pengetahuannya sekaligus lebih menjiwai posisi jabatannya.

Adapun Visi dan Misi PT. Columbindo Perdana sebagai berikut ;

VISI

- a. Menjadikan Columbia sebagai perusahaan terbesar dan terbaik dalam industri sewa beli barang-barang elektronika dan furniture serta dalam bidang multi pembiayaan (Multi Finance)
- b. Menjelang tahun 2002 akan membangun pusat elektronika dan furniture terbesar di setiap kota di Indonesia.
- c. Menjadikan Columbia sebagai "CENTER OF EXCELLENT".

MISI

Mensejahterakan para stakeholders (investor/pemegang saham, karyawan, konsumen, supplier, lembaga keuangan dan pemerintah) melalui :

1. Peningkatan networth (kekayaan bersih perusahaan)
2. Peningkatan pendapatan dan kesejahteraan karyawan
 - a. peningkatan gaji berkala
 - b. peningkatan profesionalisme kerja
 - c. pembangunan perumahan karyawan
 - d. pendirian sekolah bagi anak-anak karyawan
 - e. pendirian yayasan dana pensiun

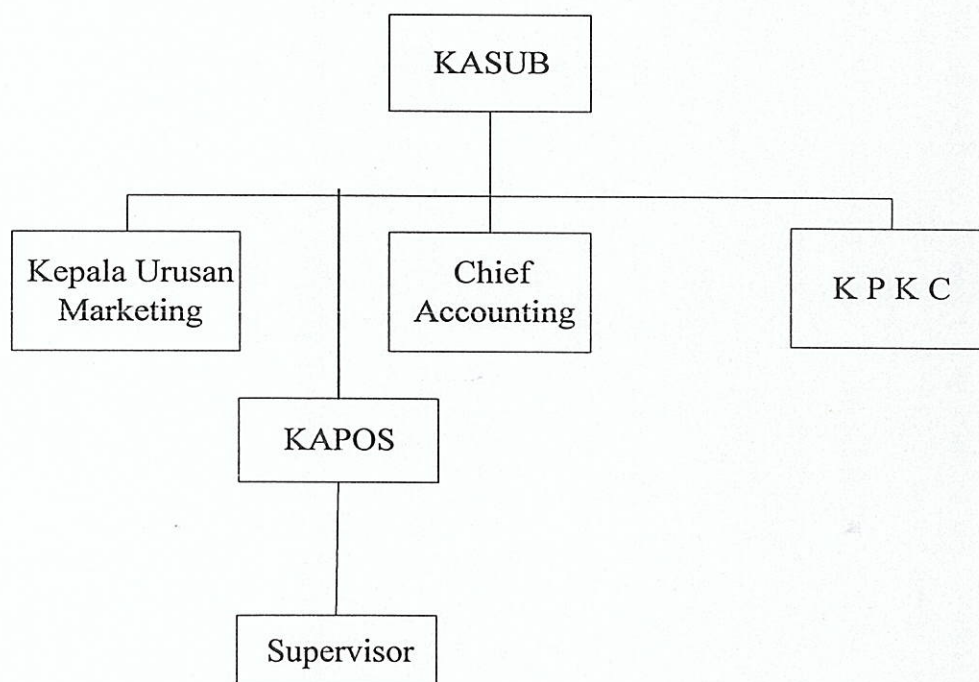
- f. pembentukan koperasi karyawan
 - g. pembangunan fasilitas gedung kantor 20 lantai
3. Memberi kemudahan bagi masyarakat untuk menikmati jasa dan kepemilikan barang-barang elektronika/furniture (target KK – 1 pelanggan)
 4. Peningkatan penjualan dan profit dari para supplier.
 5. Pemberi peluang kepada pihak lembaga keuangan untuk melakukan ekspansi kredit melalui penyaluran dana mereka lewat Columbia.
 6. Penciptaan kesempatan kerja (employment) bagi masyarakat dan mendirikan training center untuk mencetak tenaga professional (persiapan untuk membuka sekolah tinggi bisnis). Disamping itu, dalam rangka untuk mensejahterakan masyarakat, juga akan dilakukan :
 - a. Pemberian peluang kepada masyarakat untuk memilih saham (melalui Go Public)
 - b. Pendirian taman miniatur ditengah pusat rekreasi
 - c. Pendirian rumah sakit
 - d. Pendirian perusahaan asuransi
 - e. Pendirian koperasi untuk kesejahteraan karyawan dan masyarakat.

2.2 Struktur Organisasi PT. Columbindo Perdana

Suatu perusahaan besar mempunyai kegiatan yang sangat luas, perlu mengadakan struktur organisasi yang tersusun rapi, sehingga jelas dan tegas dari masing-masing personil. Oleh karena itu perlu adanya ketentuan-ketentuan untuk

mengelompokkan berbagai kegiatan perusahaan. Penyusunan organisasi tersebut berdasarkan pada jenis kegiatan yang dilaksanakan oleh masing-masing personil, sehingga pekerja dalam setiap bagian dapat memberikan sumbangan yang besar dalam usaha mencapai tujuan yang ingin dicapai.

GAMBAR 1
STRUKTUR ORGANISASI
PT. COLUMBINDO PERDANA



Sumber : Pt. Columbindo Perdana (diolah)

2.3 Deskripsi Jabatan

Dibawah ini diuraikan secara garis besar deskripsi jabatan di PT. Columbindo Perdana

Kepala Sub Cabang

A. Tanggung Jawab

- 1) Mengembangkan unit usahanya baik ditinjau dari tingkat penjualan maupun laba, sehingga dengan demikian Sub. Cabang terkait dapat ditingkatkan statusnya menjadi Cabang.
- 2) Bertanggung jawab terhadap pemeliharaan dan keamanan asset dan sumber daya yang dipercayakan kepadanya.
- 3) Bertanggung jawab terhadap BM, atau kepada Asisten BM yang ditunjuk.

B. Kewenangan

- 1) Berwenang untuk mengkoordinasi unit yang dipimpinnya berdasarkan kebijakan dan rencana / program yang telah disepakati dengan BM atau Asisten BM yang ditunjuk.
- 2) Berwenang untuk mengambil keputusan-keputusan operasional yang harus dilakukan dengan segera. Sampai batas tertentu menyampaikan laporan atas keputusan KASUB.operasional yang telah diambilnya kepada BM atau Asisten BM yang ditunjuk, antara lain dengan memperhatikan batas kewenangan yang dimiliki

C. Tugas

Bidang Penjualan

- 1) Menyiapkan dan mengusulkan rencana penjualan sub cabangnya.
- 2) Membantu merumuskan strategi-strategi Marketing Mix (5 P) yang disesuaikan dengan kondisi dan situasi dari daerah yang dipimpinnya serta berdasarkan kebijakan-kebijakan perusahaan.

- 3) Menjabarkan target penjualan Sub Cabang kepada setiap KaPos, Supervisor, SF/Pramuniaga serta menentukan pembagian wilayah kerjanya.
- 4) Mengkoordinasi usaha-usaha penjualan yang dilakukan oleh Supervisor, SF maupun SF, serta pelaksanaan surveynya.
- 5) Memberikan masukan kepada BM atau Asisten BM yang ditunjuk tentang kegiatan atau kiat yang dilakukan oleh pesaing.

Bidang Keuangan

- 1) Menyiapkan usulan anggaran SUB untuk dimintakan persetujuan dari BM atau As. BM yang ditunjuk.
- 2) Mengawasi dan mengendalikan biaya operasional SUB sesuai dengan anggaran yang telah disetujui.
- 3) Membuat laporan penjualan dan biaya secara periodic dan menyampaikannya kepada BM atau As. BM yang ditunjuk.
- 4) Mengkoordinasi pentransferan uang melalui Bank ke Cabang.
- 5) Melakukan koordinasi penyiapan dan pengamanan terhadap kartu A/R, map-map order, surat perjanjian sewa beli dll.

Kepala Urusan Marketing

A. Tanggung Jawab

Dalam pelaksanaan tugasnya Kepala Urusan Marketing bertanggung jawab kepada Branch Manager.

B. Kewenangan

Menerapkan strategi harga dan strategi-strategi pemasaran lain yang sudah dirumuskan oleh Marketing Departemen Pusat.

C. Tugas

- 1) Menyiapkan rencana kebutuhan main product dan melakukan analisa terhadap tingkat perputarannya.
- 2) Mengkoordinasi para Sales Supervisor dan Showroom Supervisor (melakukan pengendalian terhadap usaha-usaha untuk mencapai target / meningkatkan penjualan).
- 3) Memberikan rekomendasi kepada Branch Manager dalam pelaksanaan promosi dan pengiklanan.
- 4) Mengkoordinasi penyiapan laporan penjualan kepada kantor Pusat.

Chief Accounting (CA)

A. Tanggung Jawab

Dalam menjalankan tugasnya, Chief Accounting secara operasional bertanggung jawab kepada Kasub dan dibina oleh Accounting Manager.

B. Kewenangan

Dalam melaksanakan tugasnya, Chief Accounting mempunyai kewenangan untuk:

- 1) Meminta penjelasan / pertanggungjawaban kepada para pejabat terkait dalam bidang Penjualan, Collection, Stock, A/R, dan biaya.
- 2) Menyimpan Laporan Keuangan untuk kepentingan pelaksanaan tugasnya.

- 3) Melalui Branch Manager dapat meminta bantuan pemeriksaan (Auditing) terhadap ketidakwajaran dalam bidang Collection, Stock dan lain-lain.
- 4) Melakukan usaha-usaha untuk mengendalikan penyelesaian Laporan Keuangan secara tepat waktu.
- 5) Memberikan masukan-masukan kepada Accounting Departement Pusat untuk memperkaya Accounting policy dan perbaikan Accounting treatment.
- 6) Menjaga kerahasiaan laporan-laporan keuangan.

Kepala Pengendali Kredit & Collector (KPKC)

A. Tanggung Jawab

Dalam menjalankan tugasnya, KPKC secara operasional bertanggung jawab kepada Kasub dan dibina oleh Accounting Manager.

B. Kewenangan

- 1) Dalam melaksanakan tugasnya KPKC berwenang untuk melaksanakan rotasi, promosi, demosi dan degradasi kepada Kaur HRD dan Kasub di bagian keuangan.
- 2) Menetapkan strategi dan teknik untuk mencapai Target Collection.

C. Tugas

- 1) Meng acc map order.
- 2) Melaksanakan credit Commite dengan jajaran surveyor.
- 3) Mewakili Kasub dalam mengambil keputusan mengenai keuangan
- 4) Mengendalikan Penjualan dan Collection.

Kepala Pos

A. Tanggung Jawab

- 1) Mengembangkan unit usahanya baik ditinjau dari tingkat penjualan maupun laba, sehingga dengan demikian Pos terkait dapat ditingkatkan statusnya menjadi Sub Cabang.
- 2) Bertanggung jawab terhadap pemeliharaan dan keamanan asset dan sumber daya yang dipercayakan kepadanya.
- 3) Bertanggung jawab kepada Kepala Sub.

B. Kewenangan

- 1) Mengkoordinasi unit yang dipimpinnya berdasarkan kebijakan dan rencana / program yang telah disepakati dengan Kasub dan BM.
- 2) Mengambil keputusan-keputusan operasional yang harus dilakukan dengan segera sampai batas waktu tertentu menyampaikan laporan atas keputusan operasional yang telah diambilnya kepada Kasub atau Asisten BM yang ditunjuk, antara lain dengan memperhatikan batas kewenangan yang dimiliki Kepala Pos.

C. Tugas

Bidang Penjualan

- 1) Menyusun dan mengusulkan rencana penjualan untuk Pos yang dipimpinnya.
- 2) Membantu merumuskan strategi-strategi Marketing Mix (4P) yang disesuaikan dengan kondisi dan situasi dari Pos yang dipimpinnya serta berdasarkan kebijakan-kebijakan perusahaan.

- 3) Mengevaluasi hasil-hasil penjualan dan mengidentifikasi kelemahan-kelemahan yang masih ada.

Bidang Keuangan

- 1) Menyiapkan usulan anggaran Pos untuk dimintakan persetujuan dari Kasub/BM.
- 2) Mengawasi dan mengendalikan biaya operasional Pos sesuai dengan anggaran yang telah disetujui.
- 3) Membuat laporan penjualan dan biaya secara periodic dan menyampaikannya kepada Kasub/BM.
- 4) Selalu mengecek pencatatan biaya dari kas kecil dan setiap sore harus melakukan rekonsiliasi atas saldo kas kecil dengan uang secara fisik.

Supervisor

A. Tanggung Jawab

1. Mengembangkan unit usahanya baik ditinjau dari tingkat penjualan maupun laba, sehingga dengan demikian grup Sales Force/Showroom terkait dapat ditingkatkan statusnya.
2. Bertanggung jawab terhadap pemeliharaan dan keamanan asset dan sumber daya yang dipercayakan kepadanya.
3. Koordinasi diatur sebagai berikut :

Bertanggung jawab kepada Kapos/Kasub (As. BM yang ditunjuk/BM)

B. Kewenangan

1. Berwenang untuk mengkoordinasi unit yang dipimpinnya berdasarkan kebijakan dan rencana/program yang telah disepakati dengan atasannya.
2. Berwenang untuk mengambil keputusan-keputusan operasional yang harus dilakukan dengan segera, sampai batas waktu menyampaikan laporan atas keputusan operasional yang telah diambilnya kepada atasannya, antara lain memperhatikan batas kewenangan yang dimiliki Supervisor SF/SR.

C. Tugas

Penjualan

1. Membuat rencana penjualan yang dikoordinasikan oleh dan kepada ABM/Kaur/Kabag Marketing dalam rangka meningkatkan penjualan.
2. Membantu merumuskan strategi-strategi penjualan yang disesuaikan dengan kondisi dan situasi dari grup yang dipimpinnya serta berdasarkan kebijakan-kebijakan perusahaan.
3. Menjabarkan target penjualan kepada setiap Sales Force / Pramuniaga.
4. Mengkordinasi usaha-usaha penjualan pramuniaga / Sales Force (sewa beli/cash) serta pelaksanaan surveynya.

Keuangan

1. Menyiapkan usulan anggaran untuk dimintakan persetujuan dari atasannya.
2. Mengkoordinasi penagihan atau collection khususnya untuk pembayaran indoor.

3. Membuat laporan penjualan dan biaya secara periodic dan menyampaikan kepada atasannya.
4. Melakukan koordinasi penyiapan dan pengamanan terhadap penyimpanan-penyimpanan dokumen penting.

2.4 Aspek Kegiatan Perusahaan

Inti dari semua kegiatan operasional Columbia dapat digolongkan ke dalam 3 bidang, yaitu bidang marketing, collection/penagihan, dan pengadministrasian. Ketiga bidang tersebut saling berkaitan erat sebagai satu mata rantai. Ketiganya harus diberdayakan secara maksimal. Seluruh karyawan Columbia di mana saja dia berada terikat di dalam melaksanakan aktivitasnya masing-masing dan tidak terlepas dari ketiga bidang tadi.

Ketiga bidang tersebut akan diuraikan secara singkat sebagai berikut :

A. Bidang Marketing

Kegiatan bidang marketing dapat diurutkan sebagai berikut :

- 1) Pengadaan atau pembelian barang-barang yang akan dijual.
- 2) Penetapan harga jual, baik cash (tunai) maupun kredit (sewa beli).
- 3) Pengiriman sampai ke kantor pemasaran.
- 4) Penetapan komisi tiap jenis barang.
- 5) Penetapan insentif atas prestasi penjualan.
- 6) Melakukan promosi dan menyiapkan perangkat pemasaran.
- 7) Membimbing kegiatan penjualan, baik keterampilan menjual maupun pembinaan tenaga penjual.

B. Collection / Penagihan

Collection adalah istilah yang biasa dipakai di lingkungan perusahaan kita sebagai pengganti dari istilah penagihan. Sedangkan petugas yang melakukan penagihan kita sebut kolektor. Kegiatan collection merupakan urat nadi system kredit atau sewa beli yang menjadi bentuk usaha Columbia.

Oleh sebab itu agar kegiatan collection ini bisa berjalan secara efektif dan efisien, maka kegiatan mereka harus didukung oleh seluruh karyawan yang ada, termasuk didalamnya sales force melalui pemilihan konsumen yang layak, yaitu berniat, mampu membayar dan memiliki itikad baik untuk membayar.

C. Pengadministrasian

Hasil penjualan dan hasil collection harus diadministrasikan dengan sebaik-baiknya sesuai dengan sistem dan prosedur yang ada. Keberhasilan suatu penjualan atau suatu collection akan kacau jika tidak diadministrasikan dengan baik. Untuk itu kegiatan administrasi tersebut merupakan salah satu bagian yang tidak boleh diabaikan. Untuk mengelola administrasi dengan baik, maka setiap karyawan harus memberikan data yang benar kepada semua jenis kegiatan administrasi yang berhubungan dengannya.

Dengan demikian penjualan yang banyak dan hasil collection yang tinggi akan hilang artinya jika tidak diadministrasikan dengan baik, sebaliknya administrasi yang baik tidak akan ada artinya jika tidak ada penjualan dan penagihan.

Kegiatan administrasi ini selanjutnya dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Kegiatan yang bersifat teknis Operasional

- a. Administrasi Keuangan
 - b. Administrasi Accounting
 - c. Administrasi Personalia & Umum
2. Kegiatan yang bersifat teknis Pendukung
- a. Human Resources Development (HRD)
 - b. Information and Teknologi (IT)
 - c. System Operasional / Prosedur
 - d. Audit

