**BAB II**

**GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

1. **Sejarah Singkat CV. KARDUS COMMUNICATION Cirebon**

Semua bidang usaha membutuhkan sarana periklanan untuk mempublikasikan uasaha yang dijalankan sehingga para konsumen mengetahui adannya kegiatan usaha yang kita jalankan. Dengan semakin banyaknya perusahaan yang membutuhkan jasa periklanan dan event organizer.

Kardus kita menyebutnya, pada umumnya dijadikan sebagai benda pembungkus atau pengemas suatu produk agar terlindung dan juga terlihat menarik sehingga tidak menimbulkan kesan berantakan.

KARDUS yang berdiri pada tanggal 25 maret 1999 dimulai sebagai sekumpulan anak-anak muda dikota cirebon yang ingin melakukan kegiatan yang tidak sekedar hura-hura atau membuang banyak waktu yang akan menimbulkan kesan negatif. Untuk membuang kesan negatif tersebut maka para sekumpulan anka muda dikota cirebon ini ingin melakukan suatu kegiatan untuk mengekspresikan diri dengan orientasi lebih pada penyaluran minat dan idealisme yang dapat memberikan kontribusi serta efek yang positif bagi lingkungannya serta tidak banyak merugikan orang lain.

Kami mencoba dengan didukung oleh personel yang mempunyai kesamaan visi dan misi serta dilandasi dengan satu kreatifitas yang mempunyai cri khas yang tidak ada yang menyamai mencoba untuk eksis dalam bidang periklanan tidak hanya di kota cirebon tetapi kota-kota lainnya di indonesia.

Seiring dengan perkembangan dunia usaha yang pesat terutama di kota Cirebon maka komitmen dari para personel kami adalah melayani kebutuhan perusahaan yang ingin berkembang dengan memberikan hasil yang terbaik kepada para konsumen atau pelanggan kami sehingga bidang usaha yang kami jalankan akan semakin kuat.

Dengan komitmen yang kuat dan kerja sama yang tangguh di antara personel kami maka hasil pekerjaan yang kami kerjakan bisa memberikan kebutuhan yang di butuhkan oleh pelanggan kami sehingga pelanggan kami akan merasakan kepusan dengan hasil kerja dari para personel kami.

Adapun Visi dan Misi dari CV. KARDUS COMMUNICATION adalah sebagai berikut :

* **Visi:**

**“ Menjadi perusahaan advertising dan Event Organizer yang menerapkan manajemen profesional dala mekanisme kerja serta kokoh dalam finance”.**

* **Misi:**

Misi CV. KARDUS COMMUNICATION adalah **“Menjadikan kreatifitas dan profesionalitas kerja sebagai dasar dalam melayani setiap customer dengan tanggung jawab dan komitmen tinggi untuk menjaga kesamaan antara pengajuan dan realisasi kerja serta menjadi perusahaan yang tumbuh berkembang, unggul, terpercaya dengan bertumpu pada potensi insani”**

Diakui sebagai perusahaan yang tumbuh berkembang, unggul, terpercaya dengan bertumpu pada potensi insani.

Penjabarannya adalah sebagai berikut :

1. Diakui

Mencerminkan cita-cita untuk meraih pengakuan dari pihak luar yang menunjukkan bahwa CV. KARDUS pantas dipandang sebagai perusahaan yang kuat.

1. Menunjukkan kinerja yang melebihi ekspetasi pihak-pihak yang berkepentingan.
2. Memberikan layanan yan mudah, terpadu dan tuntas dalam berbagai masalah periklanan.
3. Menjalin hubungan kemitraan yang akrab dan setara dengan pelanggan dan mtra usaha yang sejenis.
4. Bekerja dengan pola pikir prima ( mindset of excelent )
5. Antisipatif terhadap perkembangan lingkungan usaha dan selalu siap menghadapi berbagai tantangan.
6. Mengelola usaha dengan mengkedepankan pemberdayaan potensi insani secara maksimal.
7. Meningkatkan kualitas proses, sistem, produk, dan pelayanan secara berkesinambungan.
8. Memegan penuh etika bisnis yang tertinggi, menghasilkan kinerja terbaik secara konsisten.
9. Berfokus terhadap peningkatan kualitas proses secara terus-menerus untuk memperoleh hasil yang maksimal.
10. Membangun lingkungan kerja yang memungkinkan anggota perusahaan mentranformasikan potensi mereka menjadi kinerja perusahaan yang di hargai tinggi.

1. **Struktur Organisasi CV. KARDUS COMMUNICATION**

Struktur organisasi yaitu ketentuan tentang pembagian tugas, kewajiban dan tanggung jawab serta pengaturan kerjasama dari masing-masin jabatan dalam suatu organisasi dengan maksud untuk melaksanakan tugas pokok.

Saat ini sruktur organisasi CV. KARDUS COMMUNICATION terdiri dari :

1. Owner
2. Director
3. Operational Manager
4. Production
5. Account Executive
6. Creative
7. Accounting
8. Finance

Untuk lebih detailnya tentang struktur organisasi CV. KARDUS COMMUNICATION dapat dilihat pada lampiran.

1. **Deskripsi Jabatan**
2. Owner

Pengertian owner adalah seseorang yang memiliki modal dasar pendirian perusahaan, dimana beliau hanya menghadiri rapat akhir tahun dan rapat pertanggung jawaban yang di adakan 1 tahun sekali.

Menurut International Tax Glosary, (IBVD publication BV) pengertian owner adalah orang yang berhak menikmati suatu aktiva. Jadi apabila seseorang atau badan secara hukum pemilik suatu aktiva belum tentu yang bersangkutan adalah beneficial owner dari aktive tersebut.

Vogel, dalam bukunya On Double Taxation Conventions, 1977, halaman 561-562, mengatakan treaty benefits seharusnya tidak diberikan kepada orang atau badan yang secara formal berhak atas dividen, royalty dan bunga, melainkan kepada orang atau badan yang menjadi pemegang "real" title. Dalam hal ini maka harus diterapkan prinsip "substance over form". Masalah "substance" atas hak untuk menerima suatu penghasilan mengandung dua aspek, yaitu:

hak untuk menentukan apakah hasil tersebut direalisasikan atau tidak, yang dalam hal ini menyangkut apakah kekayaan atau aktiva dimaksud akan digunakan atau disediakan untuk digunakan, hak untuk menggunakan hasil dimaksud.

Jadi dapat dikatakan "beneficial owner", menurut Vogel, adalah, mereka yang bebas untuk menentukan: apakah kekayaan atau aktiva lainnya harus digunakan atau disediakan untuk digunakan oleh orang lain; atau bagaimana hasil dari kekayaan tersebut akan digunakan; atau ke dua hal yang disebutkan di muka.

Uraian di atas menunjukkan bahwa Vogel melihat masalah "control" merupakan faktor utama untuk menentukan "beneficial owner".

1. Director

Pengertian direktur adalah sebagai kepala perusahaan, beliau yang mengatur jalannya perusahaan, sebagai decision maker dan pembuat kebijakan-kebijakan yang berlaku di perusahaan.

Tugas utama direktur di dalam perusahaan adalah sebagai berikut:

* Memimpin perusahaan dengan menerbitkan kebijakan-kebijakan perusahaan
* Memilih, menetapkan, mengawasi tugas dari karyawan dan kepala bagian atau manajer.
* Menyetujui anggaran tahunan perusahaan
* Menyampaikan laporan kepada pemegang saham tentang kinerja perusahaan.
* Tugas dan kewenangan direktur dibagi menjadi 2 yaitu internal dan eksternal :
* Kewenangan eksternal dari seorang direktur adalah sebagai berikut :
* Mewakili atas nama perusahaan untuk melakukan bisnis dengan perusahaan lain.
* Mewakili perusahaan jika ada perkara di pengadilan.
* Kewenangan internal dari seorang direktur adalah sebagai berikut :
* Menguru dan mengelola perusahaan untuk kepentingan perusahaan yang sesuai dengan tujuan perusahaan itu sendiri.
* Menjalankan kepengurusan perusahaan sesuai dengan kebijakan yang tepat ( keahlian, peluang dan kelaziman usaha)
* Tanggung jawab dari seorang direktur adalah sebagai berikut :
* Direktur bertanggung jawab atas kerugian perusahaan yang disebabkan direktur tidak menjalankan kepengurusan perusahaan sesuai dengan maksud dan tujuan perusahaan anggaran dasar. Atas kerugian perusahaan maka direktur akan diminta pertanggungjawabannya baik secara pidana ataupu secara perdata.
* Apabila kerugian perusahaan disebabkan kerugian bisnis dan direktur telah menjalnkan kepenggurusan perusahaan sesuai dengan maksud dan tujuan perusahaan maka direktur tidak dapat dipersalahkan atas kerugian perusahaan.
1. Operational Manager

Seseorang yang bertanggung jawab atas proyek atau event yang sedang berjalan.

Tugas manajer operasional adalah sebagai berikut :

* Menentukan prosedur pemakaian dan tata tertib penggunaan fasilitas.
* Sebagai penanggung jawab operasional fasilitas Umum.
* **pemilihan posisi (positioning)**
salah satu dari keputusan penting dari manajer operasi manufaktur adalah pengambilan kebijakan pemilihan (positioning) untuk memproduksi berdasarkan persediaan atau berdasarkan pesanan. umumnya kita menganggap bahwa sistem dengan produk standar dan bervolume besar akan cenderung memproduksi untuk persediaan dan sistem dengan produk bervolume kecil dengan corak beragam akan lebih sesuai memproduksi berdasarkan pesanan, tetapi ada banyak perkecualian pada kedua situasi ini.
1. Produksi

Pengertian produksi dapat diartikan sebagai usaha untuk menciptakan atau menambah fedah ekonomi suatu benda dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Sedangkan orang, badan usaha, atau organisasi yang menghasilkan barang dan jasa disebut produsen. Didalam produksi untuk membuat bahan baku menjadi sebuah produk tertentu melalui beberapa macam langkah dan hal ini disebut sebagai PROSES PRODUKSI.

Tugas produksi di antaranya yaitu :

* **sistem produksi sebagai senjata bersaing**
persaingan sebagian dilangsungkan melalui sistem produksi. Profitabilitas berhubungan dengan gap antara harga dengan biaya, dan fungsi operasi bertanggung jawab dengan fungsi biaya. semua biaya produksi dan distribusi dipengaruhi oleh keputusan manajer operasi. Kualitas merupakan senjata bersaing, apapun tingkat sasarannya. Reputasi keandalan sebagai upaya senjata utama dalam meraih keberhasilan perusahaan. Sejauh mana tentang kebutuhan konsumen akan dilayani dalam bentuk variasi produk dan jasa, merupakan dasar mendefinisikan usaha tersebut.
* **kapasitas dan lokasi**
implikasi strategi perencanaan dan lokasi sangatlah luas. bila kita membangun kapasitas yang berlebihan, produksi dan jasa yang ditawarkan akan memikul beban biaya terlalu berat karena biaya overhead yang tidak perlu. sebaliknya bila kita membangunnya terlalu kecil dapat menyebabkan kehilangan pasar. bila kapasitas dibangun pada tempat yang salah, biaya distribusi meningkat atau kehilangan peluang pasar.inovasi-inovasi teknologi, baik dalam produk maupun dalam proses, dapat mengakibatkan sarana fisik ketinggalan jaman. strategi untuk penambahan kapasitas dapat mempunyai pengaruh yang berat terhadap fleksibilitas dan biaya operasi. waktu perencanaan dan pelaksanaan yang panjang menambah rumitnya kesimpulan tentang alternatif strategi yang terbaik.
* Para manajer perlu menyadari sifat sistem produksi-distribusi dalam industri mereka, serta berbagai fungsi yang diemban oleh persediaan dalam sistem tersebut. pertama, persediaan memberikan fleksibilitas. bila ada persediaan barang jadi, misalnya manajer dapat melepaskan persediaannya bilamana permintaannya tampak menguat. manajer dapat memanfaatkan persediaan untuk  strategi yang selektif perusahaan. misalnya dalam menimbun persediaan untuk menghadapi promosi tertentu, sebagian besar persediaan harus berada pada distribusi tertentu. penggunaan persediaan penyangga dapat membantu strategi dari perusahaan. persediaan musiman juga bisa dipakai untuk menstabilkan pemakaian tenaga kerja dan ketersediaan produk yang longgar pada saat terjadinya peningkatan penjualan musiman.
1. Account Executive

Adalah suatu bidang pekerjaan didalam perusahaan yang bertugas mencari pekerjaan kepada klien atau kepada customer.

1. Creative

Adalah bagian dari perusahaan yang bertugas membuat design atau rancangan dari sebuah proyek agar setiap pekerjaan yang di hasilkan sesuai dengan kemauan klien.

7. Accounting

Yaitu proses pengolahan data keuangan untuk menghasilkan informasi keuangan yang di gunakan untuk memungkinkan pengambilan keputusan melakukan pertimbangan berdasarkan informasi dalam pengambilan keputusan.

Fungsi accounting adalah sebagai berikut :

* Dasar pencatatan.

Akuntansi berprinsip sebagai pedoman dalam mengolah data keuangan untuk di sajikan kepada pemakainya. Penggunaan prinsip akuntansi yang berterima umum ini di perlukan karena pihak memerlukan jaminan bahwa informasi keuangan yang di sajikan oleh perusahaan dapat diperbandigkan satu dengan yang lainnya, sehingga mereka dapat mengambil keputusan untuk menentukan dengan perusahaan mana mereka akan mengadakan hubungan dan dalam bentuk apa hubungan tersebut akan di laksanakan. Jika suatu prinsip pengukuran tertentu ternyata bermanfaat untuk tujuan-tujuan tertentu yang di tetapkan manajemen, maka prinsip pengukuran tersebut merupakan praktik akuntansi lebih didasarkan atas logika dan pengalaman dan bukan atas dasar diterima atau tidak praktik tersebut secara umum. Tentu saja hal ini tidak berarti bahwa prinsip akuntansi yang berterima umum yang mendasari akuntansi keuangan tidak logis dan tidak didasarkan atas pengalaman. Dalam akuntansi praktik-praktik yang telah terbukti bermanfaat dalam suatu perusahaan di harapkan akan menyebar dan menjadi diterima secara luas di perusahaan-perusahaan lain.

* Fokus Informasi.

Akuntansi terutama digunakan untuk mengolah informasi keuangan masa lalu untuk menggambarkan pertanggungjawaban dana yang dipercayakan oleh pihak luar kepada manajemen suatu perusahaan. Disamping menghasilkan informasi keuangan masa lalu, juga menyediakan informasi keuangan masa yang akan datang sebagai salah satu dasar bagi manajemen dalam prngambilan keputusan. Informasi keuangan masa lalu dihasilkan oleh akuntansi manajemen untuk memenuhi keperluan pertanggungjawaban keuangan kepada pihak intern maupun pihak ekstern perusahaan serta untuk pengendalian aktivitas perusahaan. Informasi keuangan masa yang akan datang dibutuhkan oleh manajemen untuk kepentingan perencanaan kegiatan perusahaan. Karena perencanaan pada dasarnya merupakan kegiatan pengambilan keputusan pemilihan sekarang alternatif tindakan yang akan dilaksanakan di masa yang akan datang, maka informasi keuangan yang relevan dengan keperluan manajemen tersebut adalah informasi keuangan masa yang akan datang.

* Limgkup Informasi

Akuntansi mengolah dan menyajikan informasi keuangan perusahaan secara keseluruhan. Hal ini di sebabkan oleh pemakai luar membuat keputusan tentang hubungan mereka dengan perusahaan sebagai keseluruhan, bukan dengan bagiannya selain itu akuntansi juga mengolah dan menyajikan informasi keuangan bagian-bagian perusahaab untuk memenuhi keperluan manajer tertentu dalam suatu perusahaan. Hal ini disebabkan pada umunya manajer mangambil keputusan mengenai bagian tertentu perusahaan yang menjadi tanggung jawabnya saja. Tentu saja tidak berarti bahwa akuntansi tidak dapat menyajikan informasi keuangan perusahaan secara keseluruhan, namun lingkup akuntansi manajemen terutama pada bagian perusahaan.

* Sifat Laporan yang dihasilkan

Laporan yang dihasilkan oleh akuntansi umumnya berupa ringkasan dan berisi informasi yang teliti. Hal ini disebabkan pada umumnya pemakai luar memerlukan informasi keuangan yang merupakan pertanggungjawaban penggunaan dana oleh manajemen dalam jangka waktu tertentu. Di lain pihak, laporan keuangan yang dihasilkan oleh akuntansi akan lebih rinci dan unsur taksiran lebih dominan dalam informasi yang disajikan di dalamnya. Untuk pengambilan keputusan, informasi yang kurang teliti namun relevan dengan masalah yang di hadapi oleh pengambil keputusan adalah lebih baik di bandingkan dengan informasi yang teliti namun di sajikan terlambat. Oleh karena itu, akuntansi sebagai suatu sistem pengolahan informasi keuangan lebih menitikberatkan untuk menghasilkan laporan yang rinci dengan memasukkan unsur ketelitian sebagai hal nomor dua, namun berisi informasi yang relevan dengan masalah yang di hadapi oleh pengambil keputusan.

8. Finance

Yaitu bagian dari perusahaan yang bertugas mengontrol pengeluaran dan pemasukan perusahaan sehingga keuangan perusahaan akan stabil.

**2.4 Aspek-Aspek Kegiatan Perusahaan**

Bidang usaha utama Kardus adalah Biro Advertising yaitu jasa merancang dan membuat suatu strategi pemasaran / promosi produk suatu perusahaan yang spesifikasi bidang pekerjaannya adalah Desain Grafis, Print Ad, Outdoor dan Indoor promotion dan Event Organizer.

Sebagai biro advertising, perusahaan ini berusaha untuk bisa mempunyai karakteristik dengan cara mengeksplorasi semangat dan khasanah lingkungan budaya lokal maupun budaya nasional serta mencoba memadukannya denga trend desain yang sedang berlaku saat ini.