BAB III

KEADAAN SISTEM SEKARANG

3.1 Analisis Organisasi

3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. MAKRO Indonesia didirikan pada tahun 1992 sebagai hasil kerjasama dengan CHV dari Belanda dan merupakan salah satu anak perusahaan dari PT. ASTRA (Swasta Nasional), teapi pada tahun 1999 PT. MAKRO tidak lagi berada dibawah PT. ASTRA- MAKRO. Yang mempunyai cabang diantaranya Makro Bandung yang mulai dibuka pada tanggal 17 Februari 1996.

Makro merupakan nama toko yang diambil dari bahasa Belanda, yang berarti besar atau banyak. Dengan penelitian maka semua barang yang diperdagangkan di Makro dala jumlah yang besar, sasaran akhirnya "Big Trader" (grosir) bukan "End Costumer". Tidak semua barang diperdagangkan di Makro tetapi sebagian barang yang merupakan kebutuhan pokok dan sering diperdagangkan sehari-harilah yang diperdagangkan.

Di Indonesia memiliki sembilan lokasi, yang terletak di pulau jawa dan bali, kesembilan lokasi Makro antara lain :

1. Makro Pasar Rebo, Jakarta 26 September 1992
2. Makro Sidoarjo, Surabaya 29 September 1993
3. Makro Kelapa Gading, 24 November 1993
4. Makro Meruya, Jakarta 21 Juni 1995
5. Makro Sukarno Hatta, Bandung 17 Januari 1996
6. Makro Ciputat, Tanggerang 19 Februari 1996

7. Makro Alam Sutra, Tanggerang 9 Oktober 1996
8. Makro Cibitung, Bekasi 6 Januari 1997
9. Makro Bali 26 September 1998.

Urutan nomor, menunjukan urutan peresmiannya dan nama menyebutkan Makro secara singkat.MAKRO store 05 berarti yang dimaksud adalah makro yang berada di kawasan Bandung. Dan begitu pula untuk yang lainnya.

Makro merupakan anak perusahaan dari PT.ASTRA Internasional dengan nama grup Perusahaan PT.KHARABHA Unggul, yang pada saat itu bapak Teddy P Racmat selaku presiden direktur menjual sahamnya kepada Makro, sehingga terbentuklah makro yang berada di Indonesia.

Sistem Makro pada saat diresmikan pertama di Indonesia, Indonesia belum memiliki system ini. Yang ada adalah sistem "Departement Store" dan "Supermarket" sedangkan makro memiliki "Full Self Service" yang berarti bahwa semua kegiatan belanja dilakukan sendiri oleh konsumen atau Costumer, semua karyawannya tidak melayani jasa pelayanan. Keuntungannya bahwa biaya operasional lebih sederhana dan sangat efisien dibandingkan dengan system Departement Store atau Supermarket.Keberadaan MAKRO di dunia antara lain benua Asia meliputi Indonesia, Korea, Thailand, Fhilipina, Malaysia, dan India. Juga MAKRO terdapat di benua Amerika Latin dan Selatan serta pada benua Eropa. Pusat MAKRO terdapat di Belanda dan Belgia, dan dari Negara inilah timbul beberapa konsep MAKRO.

Konsep Makro yang semua diterapkan untuk semua Makro baik yang berada di Indoneis maupun di dunia, antara lain adalah :

1. Penjualan dalam jumlah yang besar
2. Semua barang kebutuhan sehari hari ada (± 15000 item)
3. Barang pertokoan Makro luasnya harus 1 Ha
4. Produk yang akan dijual harus sudah jelas kelakuannya
5. Menekan biaya produksi serendah mungkin
6. Menjual dengan harga yang lebih murah
7. Menjual barang hanya untuk anggota Makro saja

Khusus untuk Makro Bandung, berdiri pada tanggal 13 September 1995. Tetapi baru diresmikan pada tanggal 17 Febuari 1996 dan mulai saat itu kegiatan operasional dilakukan.

Luas area pada Makro Bandung sebesar 5 Ha dengan rincian 1 Ha untuk pertokoan, 2 Ha untuk parkir, 1 Ha untuk taman, dan 1 Ha untuk jalan, bagian Bakery memiliki luas area 12 x 8 m^2.

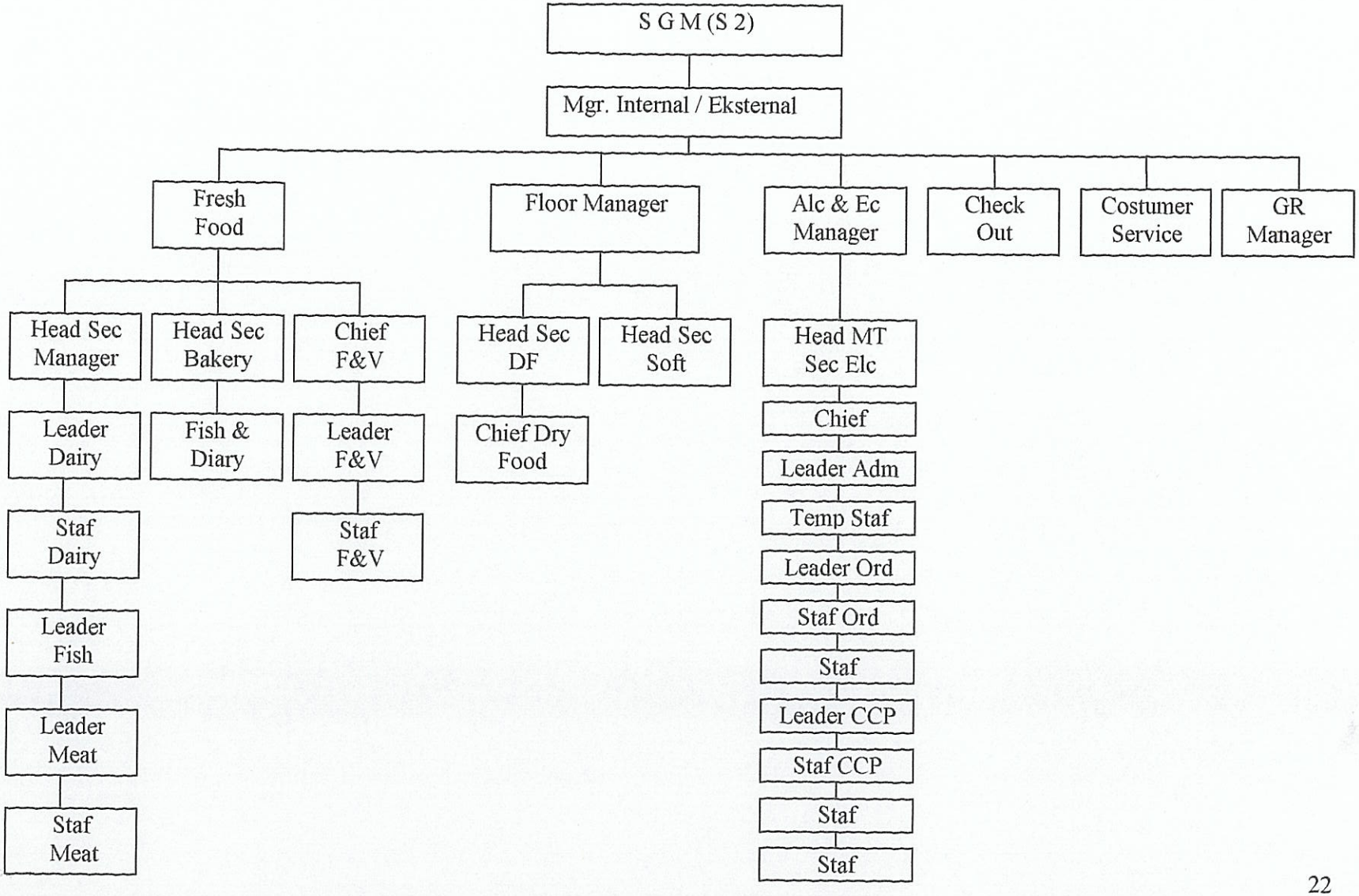
3.1.2 Struktur Organisasi

Kegiatan operasional yang berjalan di Makro Bandung telah berjalan dengan efektif dan efisien. Hal ini sangat didukung oleh koordinasi diantara divisi untuk melakukan tugasnya dengan baik. Pengorganisasian adalah fungsi management yang meliputi usaha memikirkan bagaimana para pekerja dan bekrja sebagai suatu kesatuan dalam mencapai tujuan tertentu. Struktur organisasi yang dipergunakan di Makro adalah struktur organisasi garis.

Srtuktur organisasi seperti ini dipilih dengan alasan antara lain:

1. Bentuk organisasi sehinggga memudahkan dalam pelaksanannya

2. Pembagian tugas serta tanggung jawab dan kekuasaan cukup jelas
3. Pengambilan keputusan dapat dilaksanakan secara cepat
4. Menghemat biaya karena tidak banyak membutuhkan tenaga ahli yang perlu dibayar mahal


S G M (S 2)
Mgr. Internal / Eksternal
Fresh Food
Floor Manager
Alc & Ec Manager
Check Out
Costumer Service
GR Manager
Head Sec Manager
Head Sec Bakery
Chief F&V
Head Sec DF
Head Sec Soft
Head MT Sec Elc
Leader Dairy
Fish & Diary
Leader F&V
Chief Dry Food
Chief
Staf Dairy
Staf F&V
Leader Adm
Temp Staf
Leader Ord
Leader Fish
Staf Ord
Staf
Leader Meat
Leader CCP
Staf CCP
Staf Meat
Staf
Staf

3.1.3 Flow Map

Diagram alir system prosedur (Flow Map) yang disebut juga dengan bagan aliran dokumen menunjukan arus dari laporan dan formulir termasuk tembusannya dari prosedur suatu kegiatan.

Komponen dari system prosedur :

1. Entitas
2. Dokumen Yang Terlibat
3. Proses Kegiatan

Komponen tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Entitas

Didalam proses penjualan ada orang atau organisasi yang terlibat dan sekaligus berperan didalamnya. Orang-orang yang terlibat tersebut disebut *entitas*,dimana dalam proses penjualan terdapat dua entitas yaitu:

A. Entitas Internal

Entitas internal adalah proses, tempat atau bagian organisasi dalam suatu sistem yang melakukan kegiatan pemrosesan informasi.

Contoh:

- Bagian penjualan.
- Bagian produksi.
- Bagian keuangan.
- Bagian gudang.

B. Entitas Eksternal

Entitas eksternal adalah orang atau bagian organisasi diluar batas sistem yang merupakan sumber data (input) atau tujuan data (output) oleh sistem.

Contoh:

- Konsumen (pembeli).
- Supplier.
- Pimpinan.
- Bank (Organisasi keuangan lain).

2. Dokumen Yang Terlibat

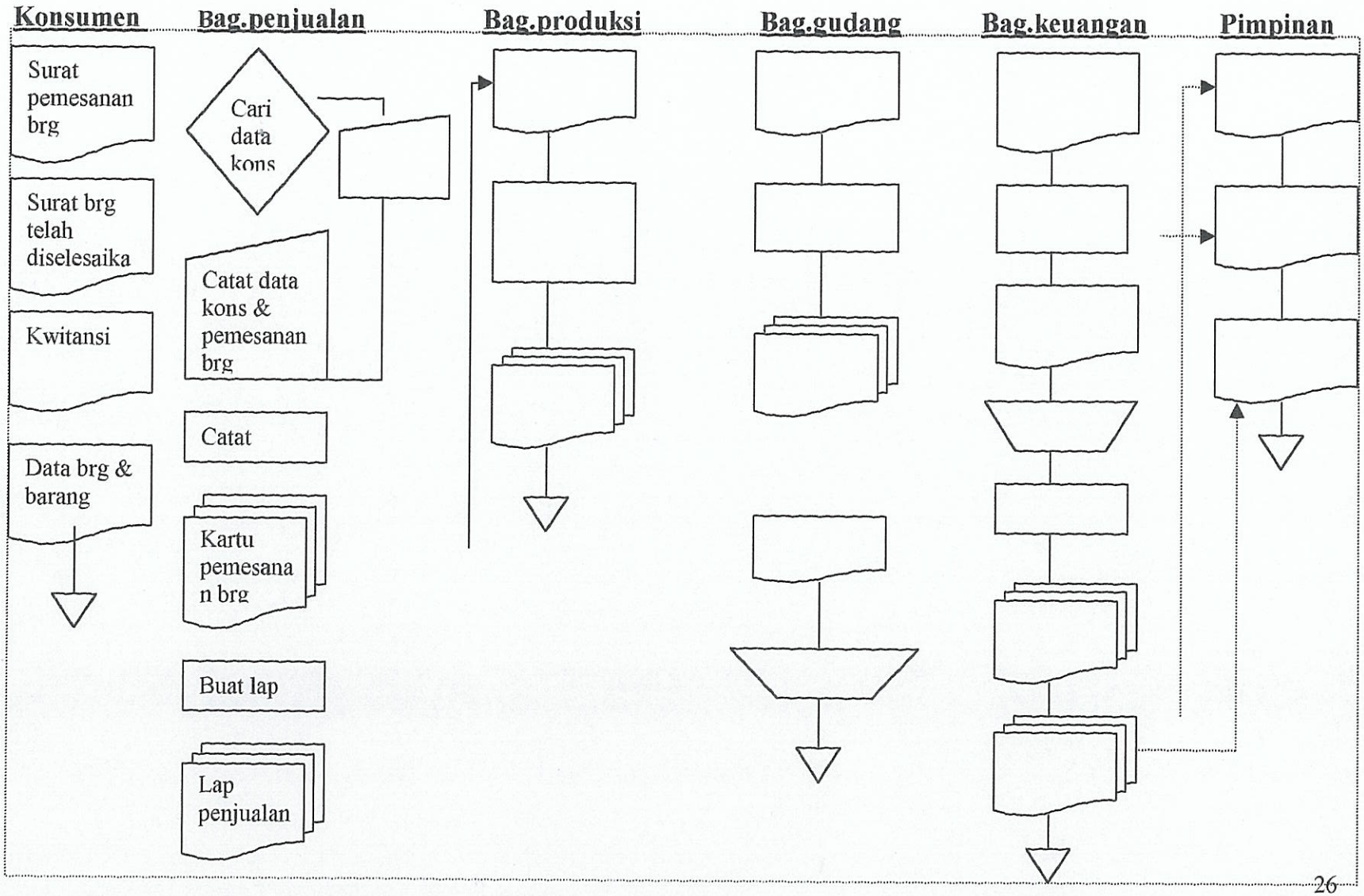
Sedangkan dokumen yang terlibat dalam proses penjualan meliputi surat pemesanan barang dan pemesanan langsung baik yang dilangsungkan dengan tatap muka langsung antara pembeli dengan pihak perusahaan maupun yang dilakukan melalui kabel telepon.

3. Proses Kegiatan

Proses penjualan dimaksudkan untuk memperoleh keuntungan (laba),begitu pula yang dilakukan oleh perusaan PT.MAKRO store 05 Bandung, penjualan merupakan salah satu aspek yang sangat menentukan dalam memperoleh keuntungan guna kelangsungan hidup mereka.

Proses penjualan dimulai dari pemesana yang dilakukan oleh pihak konsumen yang selanjutnya dilakukan pencatatan data pemesanan tersebut,lalu dari sumber pencatan tersebut diserahkan ke bagian produksi untuk membuat barang pesanan yang konsumen pesan, langkah selanjutnya adalah pengepakan

barang dan penyimpanan barang yang dilakukan dibagian keuangan maka barang segera diserhkan kepada pihak konsumen.


Konsumen
Bag.penjualan
Bag.produksi
Bag.gudang
Bag.keuangan
Pimpinan
Surat pemesanan brg
Surat brg telah diselesaika
Kwitansi
Data brg & barang
Cari data kons
Catat data kons & pemesanan brg
Catat
Kartu pemesana n brg
Buat lap
Lap penjualan