

IV. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah dan Perkembangan Tang Mas Group

Berawal dari kota Banjarnegara, Jawa Tengah sekitar tahun 1942 Siswapramono memanfaatkan keahlian meracik teh wangi. Dengan hanya 6 karyawan, kini usaha tersebut mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 2000 orang. Penjualan tradisional dengan menggunakan sepeda waktu itu telah mampu melayani konsumen di wilayah Tegal dan sekitarnya, kemudian ke wilayah Jawa Tengah, Jawa Barat, dan Jakarta. Tempat usaha yang dulu tidak begitu luas sekarang tumbuh menjadi pabrik teh wangi di kota Banjarnegara.

Bahan baku yang semula bergantung pada pemasok perkebunan kini mulai dikurangi, bekerja sama dengan Pemda Jateng membangun perkebunan di wilayah Guci. Demikian juga dengan perkebunan sendiri di kawasan Cianjur, Pangalengan, pasokan bahan baku makin memberi jaminan kelangsungan usaha. Bekerja sama dengan program pemerintah menggalakkan potensi usaha maka berdirilah Guci Garden Hotel di kawasan Guci Tegal, Jawa Tengah.

Dalam perkembangannya, Tang Mas Group terus melaksanakan serangkaian penelitian dan pengembangan untuk melindungi pangsa pasar yang telah dikuasai, setelah melalui eksperimen yang cukup lama, maka usaha teh ini diperluas dengan dibangunnya pabrik teh botol di Cimanggung Jawa Barat. Karena segi kepraktisannya usaha teh botol ini

cukup sukses, hal ini terlihat dari omzet penjualan yang cukup tinggi. Namun demikian Tang Mas Group masih terus melakukan diversifikasi produk untuk semakin mengukuhkan posisinya di pasaran.

Untuk memproduksi berbagai lini produk tersebut, pada saat ini Tang Mas Group telah memiliki beberapa Perseroan Terbatas (PT), yaitu : PT. Tunggul Naga (perkebunan) didirikan pada tahun 1978, PT. Tang Mas (produksi teh botol, air minum dalam kemasan, orange cup, gula asem) didirikan pada tahun 1980, PT. Kurnia Tirta Sembada bergerak dalam bidang pemasaran dan didirikan pada tahun 1982, serta PT. Duta Serpack Inti (produksi teh celup) berdiri pada tahun 1988. Sejumlah perusahaan tersebut telah mampu mengantarkan Tang Mas Group menjadi satu perusahaan yang cukup maju dan besar yang sanggup menanganinya semua unit usahanya.

4.2 Misi dan Tujuan Tang Mas Group

Nilai dasar yang diberikan oleh pendiri perusahaan sampai sekarang masih dipertahankan. Nilai dasar tersebut meliputi kerja keras, penuh perhitungan, selalu berorientasi pada kerja sama. Kultur tersebut menjadi landasan kuat untuk selalu memberi keuntungan kepada pelanggan intern yaitu karyawan dan pelanggan ekstern yaitu pihak-pihak yang membantu mendistribusikan produk sampai ke tangan konsumen. Dengan motto "Melayani lebih cepat

sekaligus lebih baik " seluruh karyawan bekerja sama mengatasi masalah untuk memberi yang terbaik kepada stakeholder yaitu pemilik, pelanggan, pemerintah, lingkungan dan karyawan sendiri.

Misi Tang Mas Group yang identik dengan mutu tinggi namun terjangkau oleh semua lapisan masyarakat dari atas sampai bawah. Hal ini berkaitan dengan usaha semula yang berawal dari bawah . Hasil survei majalah Swa Sembada paling tidak telah membuktikan bahwa 2 Tang merupakan salah satu merek populer untuk produk teh.

4.3 Sejarah dan Perkembangan PT. Kurnia Tirta Sembada.

PT. Kurnia Tirta Sembada merupakan perusahaan perorangan yang merupakan anak perusahaan Tang Mas Group. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1982 dan secara khusus menangani masalah pemasaran.

Pada mulanya PT. Kurnia Tirta Sembada memasarkan semua jenis produk yang dihasilkan oleh semua anak perusahaan PT. Tang Mas Group, namun pada beberapa tahun terakhir ini masing-masing perusahaan sudah mulai menangani masalah pemasarannya sendiri-sendiri. Sehingga produk yang masih secara khusus ditangani oleh perusahaan adalah teh celup yang diproduksi oleh PT. Duta Serpack Inti.

4.4 Misi dan Tujuan PT. Kurnia Tirta Sembada

Sebagai perusahaan swasta yang secara khusus menangani masalah pemasaran, PT. Kurnia Tirta Sembada memiliki

misi menjangkau masyarakat melalui kegiatan pemasaran produk yang dilakukan sehingga keinginan dan kebutuhan masyarakat akan lebih terpadu yang pada akhirnya dapat mensejahterakan masyarakat. Misi ini tidak terlepas dari nilai dasar pendiri perusahaan yang kini dipertahankan. Nilai tersebut meliputi kerja keras, penuh perhitungan, selalu berorientasi pada kerja sama. Kultur tersebut menumbuhkan benih untuk selalu memberi keuntungan kepada pelanggan, karyawan, dan pihak-pihak yang membantu mendistribusikan produk hingga ke tangan konsumen.

Tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan adalah menjadi perusahaan distributor nasional tujuh besar dalam jangka waktu tujuh tahun sejak tahun 1996. Tujuan tersebut mulai diwujudkan dengan adanya kebijaksanaan dari perusahaan berupa motto 4M yaitu : *Multi Principal, Multi Product, Multi Brand, dan Multi Channel*. *Multi Principal* berarti perusahaan akan mendistribusikan juga produk-produk yang dihasilkan perusahaan lain tidak hanya terbatas pada produk 2 Tang saja. *Multi Product* dalam arti perusahaan tidak hanya memasarkan produk-produk yang menjadi lini produk 2 Tang akan tetapi juga mencoba untuk merentangkan jangkauannya ke produk jenis lain. *Multi Brand* memberi indikasi bahwa produk-produk yang dipasarkan akan lebih diperluas dengan produk merek lain.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Terakhir, *Multi Channel* berarti perusahaan akan memanfaatkan jasa distributor lain dalam memasarkan produk-produknya seperti PT. Borsumij Wehry Indonesia, PT. Tigaraksa Indonesia dan sebagainya.

4.5 Lokasi dan Tata Letak

PT. Kurnia Tirta Sembada yang menjadi tempat penelitian ini berlokasi di Kedoya Center Blok B No 4-5, Jalan Raya Perjuangan Kebon Jeruk, Jakarta.

Pemilihan lokasi oleh perusahaan didasarkan pada pertimbangan bahwa lingkungan yang dapat menunjang kelangsungan kegiatan pemasaran, seperti transportasi yang cukup baik, lebih dekat ke pusat bisnis sehingga dapat mempermudah administrasi.

Ruangan kantor yang ditempati memiliki empat lantai. Lantai pertama terdiri dari lobby kantor dan ruangan meeting. Selanjutnya lantai dua, tiga, dan empat terdiri dari ruangan administrasi.

4.6 Struktur Organisasi PT. Kurnia Tirta Sembada

Organisasi berasal dari kata *Organism* yang berarti menciptakan struktur dengan bagian-bagian yang diintegrasikan sedemikian rupa, sehingga hubungannya satu sama lain terikat oleh hubungan terhadap keseluruhan. Dengan demikian struktur organisasi dapat diartikan sebagai susunan

dan hubungan antar bagian-bagian komponen dan posisi dalam suatu perusahaan (Stoner, 1992).

Struktur organisasi merinci pembagian kegiatan kerja dan menunjukkan bagaimana fungsi atau kegiatan yang berbeda-beda itu dihubungkan, juga menunjukkan tingkat spesialisasi kegiatan kerja yang berarti memberikan gambaran pula mengenai hierarki dan wewenang organisasi.

Berdasarkan jenis bentuknya organisasi dapat dibedakan menjadi organisasi lini, organisasi staf, organisasi lini dan staf, organisasi fungsional, organisasi lini, staf, dan fungsional, dan organisasi komite.

Struktur organisasi PT. Kurnia Tirta Sembada berbentuk organisasi lini dan staf (Gambar Lampiran 1). Dengan struktur ini berarti pelimpahan wewenang berlangsung secara vertikal dan sepenuhnya dari pimpinan tertinggi dalam hal ini Direksi kepada unit di bawahnya.

Direksi sebagai pemegang pucuk pimpinan dalam melakukan kerjanya mendapat bantuan dari para staf yaitu staf ahli direksi. Garis wewenang tetap pada pimpinan sedangkan staf hanya memiliki wewenang staf saja.

Direksi dengan dibantu oleh Staf Ahli Direksi membawahi *General Manager dan Deputy General Manager*. Sedangkan *General Manager* membawahi *Marketing dan Promotion Support Officer dan Programmer dan Sistem Analist*. Dalam

melakukan tugasnya *General Manager* dibantu oleh seorang Sekretaris Manajemen. *Marketing dan Promotion Support Officer* itu sendiri juga membawahi *Promotion Executive*.

Bagian lain yang juga dibawah *General Manager* adalah *Sales Operation Manager, Supervisor Sub Dis Operation, Sales Operation Manager dan Returnable Bottle & New Product*, Kepala Bagian *Accounting & Finance*, dan Kepala Bagian Personalia dan Umum. *Sales Operation Manager DKI* membawahi beberapa Kepala Wilayah seperti Wilayah Kemangisan, Kedoya, Cakung, dan Cikampek. Sedangkan Luar DKI meliputi Cabang Semarang dan Surabaya.

Tugas, wewenang, dan tanggung jawab masing-masing bagian berbeda-beda. Dari mulai Direksi hingga Kepala Bagian memiliki tugasnya sendiri-sendiri. Berikut perincian tugas untuk masing-masing bagian tersebut.

a. Direksi

Tugas, wewenang dan tanggung jawab Direksi sebagai pimpinan tertinggi adalah bertanggung jawab terhadap semua aktivitas perusahaan seperti pengaturan izin perusahaan, pengaturan hukum perusahaan, dan pendanaan.

b. Staf Ahli Direksi

Tugas dan tanggung jawab Staf Ahli Direksi adalah memberi saran yang berhubungan dengan pengembangan

perusahaan, mencari peluang pasar, penanganan masalah ekspor-import dan pengurusan dengan lembaga keuangan.

c. *General Manager dan Deputy General Manager*

Tugas dan tanggung jawab *General Manager* adalah membantu dalam pengembangan perusahaan, penentuan strategi pemasaran, dan bertanggung jawab atas laporan hasil kerja dari masing-masing bagian. Sedangkan *Deputy General Manager* memiliki tugas membantu dan menggantikan *General Manager* bila tidak ada.

d. *Marketing dan Promotion Support Officer*

Tugas dan tanggung jawab *Marketing dan Promotion Support Officer* adalah menangani masalah yang berhubungan dengan promosi dan kebijaksanaan perusahaan lainnya yang menyangkut masalah pemasaran produk.

e. *Promotion Executive*

Tugas dan wewenang *Promotion Executive* adalah bertanggung jawab terhadap program-program promosi produk perusahaan, pendistribusian produk, dan mempertanggung jawabkannya kepada *Marketing dan Promotion Support Officer*.

f. *Sekretaris Manajemen*

Sekretaris Manajemen mempunyai tugas dan wewenang untuk membantu dalam hal surat-menyurat untuk kepentingan



perusahaan dan segala sesuatu yang berhubungan dengan kegiatan operasional perusahaan, antara lain penyusunan skedul pertemuan, dan sebagainya.

g. *Programmer dan Sistem Analist*

Programmer dan Sistem Analist memiliki wewenang dalam hal pengaturan perusahaan untuk masalah yang berkaitan dengan keuangan, perpajakan, dan sebagainya.

h. *Sales Operation Manager*

Tugas dan tanggung jawab *Sales Operation Manager* adalah mendistribusikan produk ke masing-masing wilayah atau cabang, memdorong penjualan dari distributor ke supermarket, pasar tradisional dan grosir. Sedangkan Kepala Wilayah dan Kepala Cabang memiliki tugas yaitu bertanggung jawab secara umum mengenai pengaturan operasional distribusi per wilayah atau per cabang, mengatur pendistribusian produk, dan menentukan kebijaksanaan distributor tiap wilayah atau cabang agar dapat mencapai target yang telah ditetapkan.

i. *Supervisor Sub Dis Operation*

Supervisor Sub Dis Operation memiliki wewenang dalam penanganan distribusi produk dari distributor ke sub distributor dan mencari sub distributor baru.

j. *Sales Operation Manager Returnable Bottle dan New Product*

Sales Operation Manager dan Returnable Bottle dan New Product mempunyai wewenang dalam pengaturan pengembalian botol ke cabang masing-masing untuk dikembalikan ke pabrik, bertanggung jawab untuk pengembangan produk baru dilihat dari segi *sales operation*

k. *Kepala Bagian Accounting dan Finance*

Tugas dan tanggung jawab Kepala Bagian *Accounting dan Finance* adalah mengurus masalah keuangan dan akuntansi perusahaan, menangani masalah biaya operasi perusahaan secara intern dan mempertanggungjawabkannya kepada *General Manager*.

l. *Kepala Bagian Personalia*

Kepala Bagian *Personalia* mempunyai wewenang dalam hal pengurusan masalah *personalia* seperti perekrutan karyawan baru, masalah ketenagakerjaan, dan kemudian melaporkannya kepada *General Manager*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.