

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah dan Perkembangan

Sejarah Laksana menjadi karoseri dimulai sejak tahun 1967, dengan berdirinya sebuah toko mesin otomotif di Semarang yang didirikan oleh Bapak Iwan Arman. Ketika awal berdiri, Laksana hanya memiliki 25 karyawan. Laksana mengalami pertumbuhan yang sangat pesat selama 3 tahun pertama, dan pada tahun 1970 Laksana pindah ke lokasi yang lebih luas. Pada tahun 1977, Laksana membentuk divisi karoseri dan memproduksi minibus pertama dari Laksana, yaitu Mitsubishi T-120.

Setelah satu tahun membentuk divisi karoseri, pada tahun 1978 pabrik produksi Laksana direlokasi ke lahan seluas 5000 m² di Ungaran, untuk meningkatkan kapasitas produksi. Saat ini luas dari pabrik produksi Laksana telah mencapai lebih dari 100.000 m². Kapasitas produksi dari Laksana telah mencapai 1500 bus pertahun dan bisa berkembang seiring berjalannya waktu. Mengingat kapasitas produksi yang sangat tinggi, jumlah karyawan di Laksana sendiri sudah melebihi 1000 orang. Laksana sendiri sudah bekerjasama dengan banyak Perusahaan Otobis, Badan Pemerintahan dan Korporasi Internasional. Pada tahun 2009, Laksana mulai mengekspor produk mereka ke Kepulauan Fiji. Dan saat ini Laksana sudah mengekspor ke negara-negara di Asia Tenggara. Sekarang lokasi pabrik CV. Laksana berada di Jl. Raya Ungaran km 24,9 Ungaran.

Visi

Menjadi partner terbaik bagi operator bus di Asia melalui pengembangan berkesinambungan yang didorong oleh integritas,

kerjasama, dan inovasi. Kami berkomitmen untuk menjadi perusahaan yang paling maju dalam teknologi, serta produsen kelas dunia dalam industri kendaraan komersial (khususnya di industri bus).

Misi

Misi dari CV. Laksana sebagai berikut:

1. Selalu memberikan rasa aman, desain produk yang inovatif, dan bus yang berkualitas dunia yang sesuai dengan berbagai kebutuhan pelanggan.
2. Mengutamakan pentingnya bekerja dekat dengan pelanggan, mengadopsi proses kerja yang terbaik di kelasnya dan menekankan fungsi komunikasi, partisipasi, manajemen mandiri, dan kerja sama tim untuk menghasilkan produk terbaik.

2.2 Lambang CV. Laksana



Gambar 2.2 Logo CV. Laksana

Sumber: CV. Laksana

a. Pengertian

Lambang CV. Laksana adalah lambang perusahaan berupa lingkaran yang di dalamnya ada huruf L yang meruncing dan keluar dari lingkaran.

b. Arti dan Makna Lambang

Laksana baru saja mengganti logonya. Biasanya jika kita lihat pada produk sebelumnya terlihat logo bergambar bus tingkat. Kini logo itu berganti menjadi gambar lingkaran dan ada huruf L yang meruncing di dalam lingkaranya. Menurut GM Teknik Karoseri Laksana, Stevan Arman, pihaknya ingin mengedepankan unsur bus dengan logo baru.

Dijelaskan lagi logo baru ini tetap mempertahankan cirri khas karoseri Laksana. Huruf L yang meruncing dan keluar dari lingkaran itu menandakan kreativitas ide yang tanpa batas. Sebelumnya selama 4 tahun terakhir karoseri Laksana boleh di bilang berhasil meramaikan pasar otobus di Indonesia. Mulai tahun 2008 karoseri Laksana mencuri pasar dengan mengeluarkan produk yang tidak pasaran. Produknya juga variatif. Mulai dari Medium Bus seperti Proteus dan Nucleus yang juga dikembangkan untuk Big Bus, Big Bus seperti Legacy series yang 3 kali mengalami metamorfosis seperti pendahulunya, yaitu Panorama series, Hingga yang berbasis HD dan LD seperti Legacy Sky dan City Liner. Terakhir mereka memperkenalkan Tourista untuk medium bus.

2.3 Budaya Perusahaan

1. 5S & 5R di Laksana

CV Laksana sebagai salah satu perusahaan karoseri terbesar di Indonesia tentunya memiliki program 5S yang akan terlihat bersih dan teratur. berpikir keadaan yang berantakan akan menyembunyikan masalah. Program 5S dipandang sebagai usaha untuk memunculkan masalah yang selama ini tersembunyi dari para pemecah masalah (problem solver). Saat ini, program 5S telah banyak diadopsi oleh berbagai industri di berbagai negara. Popularitas 5S ini tak lepas dari kesuksesan industri Jepang yang selama ini

memusatkan perhatiannya terhadap pengurangan segala pemborosan (waste). 5S adalah landasan untuk membentuk perilaku manusia agar memiliki kebiasaan (habit) mengurangi pembororsan di tempat kerjanya. Program 5S pertama kali diperkenalkan di Jepang sebagai suatu gerakan kebulatan tekad untuk mengadakan pemilahan (seiri), penataan (seiton), pembersihan (seiso), penjagaan kondisi yang mantap (seiketsu), dan penyadaran diri akan kebiasaan yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan dengan baik (shitsuke). Masing-masing S dalam 5S beserta penjelasannya dijelaskan di bawah ini:

a. Seiri (Ringkas) Seiri merupakan langkah awal implementasi 5S, yaitu: pemilahan barang yang berguna dan tidak berguna.

- Barang berguna => Disimpan
- Barang tidak berguna => Dibuang

Dalam langkah awal ini dikenal istilah Red Tag Strategy, yaitu menandai barang-barang yang sudah tidak berguna dengan label merah (red tag) agar mudah dibedakan dengan barang-barang yang masih berguna. Barang-barang dengan label merah kemudian disingkirkan dari tempat kerja. Semakin ramping (lean) tempat kerja dari barang-barang yang tidak dibutuhkan, maka akan semakin efisien tempat kerja tersebut.

b. Seiton (Rapi) Seiton adalah langkah kedua setelah pemilahan, yaitu: penataan barang yang berguna agar mudah dicari, dan aman, serta diberi indikasi. Dalam langkah kedua ini dikenal istilah Signboard Strategy, yaitu menempatkan barang-barang berguna secara rapih dan teratur kemudian diberikan indikasi atau penjelasan tentang tempat, nama barang, dan berapa banyak barang tersebut

agar pada saat akan digunakan barang tersebut mudah dan cepat diakses. Signboard strategy mengurangi pemborosan dalam bentuk gerakan mondar-mandir mencari barang.

- c. Seiso (Resik) Seiso adalah langkah ketiga setelah penataan, yaitu: pembersihan barang yang telah ditata dengan rapih agar tidak kotor, termasuk tempat kerja dan lingkungan serta mesin, baik mesin yang breakdown maupun dalam rangka program preventive maintenance (PM). Sebisa mungkin tempat kerja dibuat bersih dan bersinar seperti ruang pameran agar lingkungan kerja sehat dan nyaman sehingga mencegah motivasi kerja yang turun akibat tempat kerja yang kotor dan berantakan.
- d. Seiketsu (Rawat) Seiketsu adalah langkah selanjutnya setelah seiri, seiton, dan seiso, yaitu: penjagaan lingkungan kerja yang sudah rapi dan bersih menjadi suatu standar kerja. Keadaan yang telah dicapai dalam proses seiri, seiton, dan seiso harus distandarisasi. Standar-standar ini harus mudah dipahami, diimplementasikan ke seluruh anggota organisasi, dan diperiksa secara teratur dan berkala.
- e. Shitsuke (Rajin) adalah langkah terakhir, yaitu penyadaran diri akan etika kerja.
 - Disiplin terhadap standar
 - Saling menghormati
 - Malu melakukan pelanggaran

Senang melakukan perbaikan

2. Sat Dharma Laksana

Di dalam CV Laksana ada beberapa Sat Dharma Laksana yaitu:

- a. Laksana menjunjung tinggi disiplin kerja dan kejujuran
- b. Laksana adalah satu, satu tim

- c. Laksana mengutamakan kompetensi & Profesionalisme dalam bekerja
- d. Laksana berorientasi pada mutu
- e. Laksana terbuka terhadap tantangan & perubahan jaman
- f. Laksana ada karena pelanggan.



Gambar 2.3

Sat Dharma Laksana

2.4 Struktur Organisasi

Menurut Hasibuan (1996), struktur organisasi adalah suatu gambar yang menggambarkan tipe organisasi, pendepartemenan organisasi, kedudukan dan jenis wewenang pejabat, bidang dan hubungan pekerjaan, garis perintah dan tanggung jawab, rentan kendali dan sistem pimpinan organisasi.

2.4.1 Bentuk – bentuk struktur organisasi

Bentuk – bentuk struktur organisasi yang sering digunakan dalam organisasi menurut Schermerhorn (1996) ada 3 bentuk yaitu:

1. Struktur Organisasi Fungsional

Struktur organisasi fungsional merupakan struktur organisasi yang paling umum digunakan oleh suatu organisasi. Pembagian kerja dalam bentuk struktur organisasi fungsional ini dilakukan berdasarkan fungsi manajemennya seperti Keuangan, Produksi, Pemasaran, dan Sumber Daya Manusia. Karyawan – karyawan yang memiliki keterampilan (skill) dan tugas yang sama akan dikelompokkan bersama kedalam satu unit kerja. Struktur organisasi ini tepat untuk diterapkan pada organisasi atau perusahaan yang hanya menghasilkan beberapa jenis produk maupun layanan. Struktur organisasi bentuk ini dapat menekan biaya operasional namun mengalami kesulitan dalam bekerja antar unit kerja.

2. Struktur Organisasi Divisional

Struktur organisasi divisional adalah struktur organisasi yang dikelompokkan berdasarkan kesamaan produk, layanan, pasar, dan letak geografis. Struktur organisasi ini biasanya diterapkan di perusahaan yang berskala menengah keatas, hal ini dikarenakan biaya operasional akan lebih tinggi jika dibandingkan dengan bentuk organisasi fungsional.

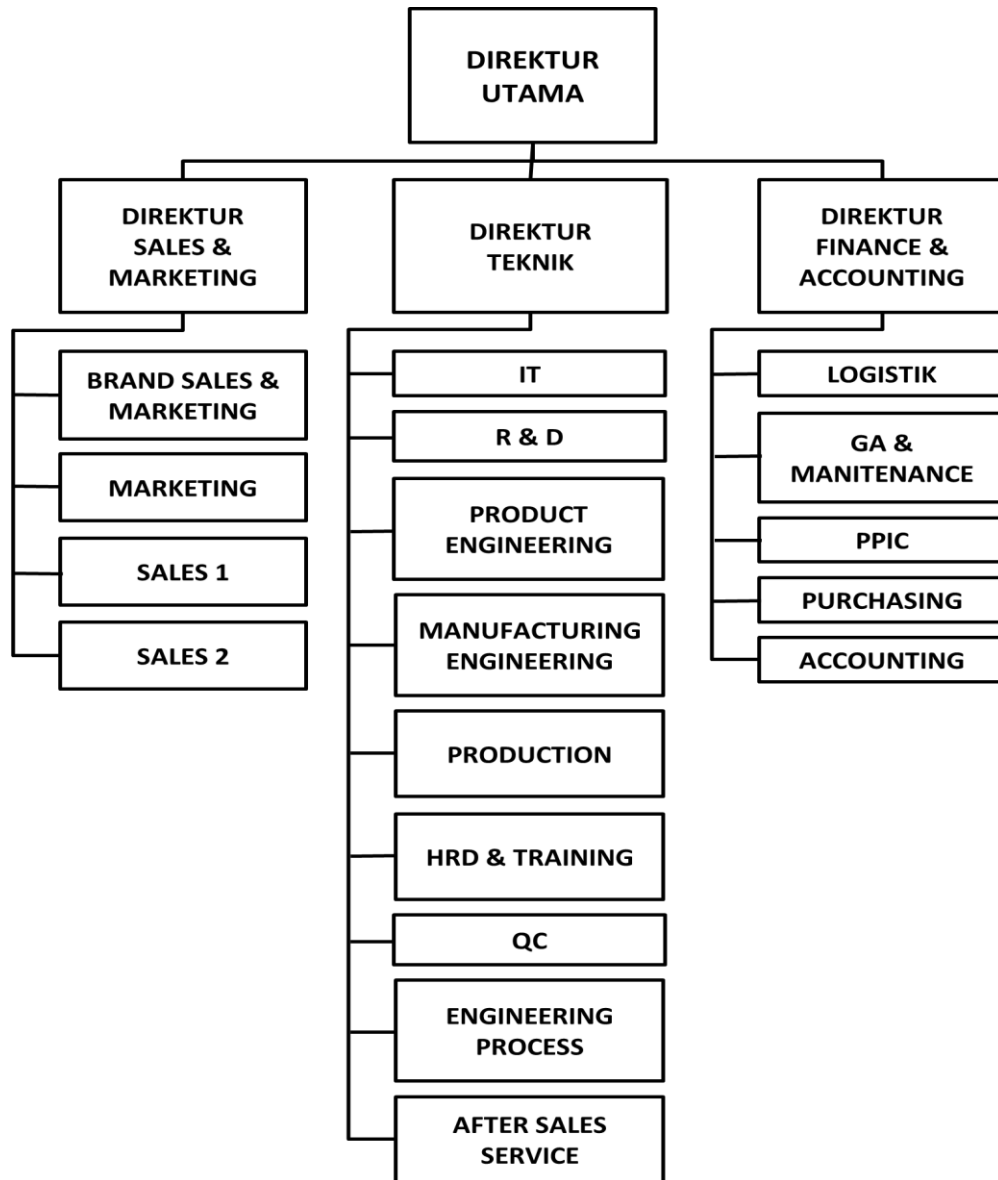
3. Struktur Organisasi Matriks

Struktur organisasi matriks merupakan kombinasi dari struktur organisasi fungsional dan struktur organisasi divisional dengan tujuan untuk menutupi kekurangan – kekurangan yang terdapat pada kedua bentuk struktur organisasi tersebut. Struktur organisasi matriks ini sering juga disebut struktur organisasi proyek karena karyawan yang berada di unit kerja fungsional juga harus

mengerjakan kegiatan atau tugas proyek- proyek organisasi yang ditugaskan kepadanya. Struktur organisasi matriks ini mengakibatkan terjadinya multi komando dimana seorang karyawan diharuskan untuk melapor kepada dua pimpinan yaitu pimpinan di unit kerja fungsional dan pimpinan proyek. Struktur organisasi ini biasanya digunakan oleh perusahaan yang berskala besar atau perusahaan – perusahaan multinasional.

Berdasarkan bentuk – bentuk struktur organisasi diatas, CV. Laksana sendiri menggunakan struktur organisasi bentuk fungsional yang dapat dilihat pada gambar 2.4 berikut ini:

Gambar 2.4 Struktur Organisasi CV. Laksana



Sumber: CV. Laksana, Mei 2017

Dari Gambar 2.4 dapat diperoleh dapat diperoleh tugas, wewenang dan tanggung jawab dari setiap departemen sebagai berikut:

1. Manager Sales Area

- a. Menjaga dan mengamankan dokumen kerja bagian Departemen Sales & Marketing dari penyalahgunaan dan penyimpangan yang dilakukan oleh pihak institusi luar maupun individu-individu yang tidak bertanggung jawab.
- b. Bertanggungjawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen Departemen Sales & Marketing ke pihak luar.
- c. Memberikan arahan kepada bawahan agar bawahan dapat bekerja sesuai dengan prosedur dan target yang ditetapkan.
- d. Bertanggungjawab membina kerjasama team yang solid antar departemen terkait dengan urusan Departemen Sales & Marketing.

2. Manager Marketing

- a. Menjaga dan mengamankan dokumen kerja bagian Marketing dari penyalahgunaan dan penyimpangan yang dilakukan oleh pihak institusi luar maupun individu-individu yang tidak bertanggung jawab.
- b. Bertanggungjawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen Marketing ke pihak luar.

- c. Memberikan arahan kepada bawahan agar bawahan dapat bekerja sesuai dengan prosedur dan target yang ditetapkan.
- d. Memastikan bahwa seluruh karyawan dibawahnya melakukan pekerjaan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.
- e. Bertanggungjawab membina kerjasama team yang solid antar departemen terkait dengan urusan Marketing.

3. Manager Brand & Marketing Communication

- a. Meneruskan hubungan dengan *key accounts* dengan membuat kunjungan periodik, menyelidiki kebutuhan spesifik, mengantisipasi kesempatan baru.
- b. Membantu sales manager untuk membentuk tim *sales* yang tepat dan berkualitas melalui (*training, hire dan firing*).
- c. Bertemu dengan bagian pemasaran dan penjualan dengan meramalkan keperluan/syarat, menyiapkan anggaran tahunan, menjadwalkan belanja, menganalisis perbedaan, memulai tindakan yang perlu dikoreksi.
- d. Memperkirakan laba kotor tahunan dengan peralaman dan pengembangan kuota penjualan tahunan tiap wilayah; membangun strategi harga; merekomendasi harga penjualan; memonitoring biaya, kompetisi, pengadaan, dan permintaan.
- e. Meningkatkan daya jual produk dan meningkatkan kemasan produk.

4. Manager IT (Information Technology)

- a. Mengatur terlaksananya program kerja *Departemen Information Technology* sesuai program kerja dan jadwal atas persetujuan Direktur Teknik.
- b. Mengontrol bawahan dalam melakukan program kerja *Departemen Information Technology*.
- c. Wajib Mematuhi & Bertanggung jawab atas disiplin kerja sesuai Peraturan Perusahaan (PP).
- d. Memastikan proses pengembangan bidang *Information Technology* sesuai kebutuhan perusahaan.

5. Manager Product Engineering

- a. Bersama dengan Direktur Tehnik menentukan design produk baru atau revisi *design* secara keseluruhan.
- b. Membantu supervisor *engineering* dalam melakukan evaluasi SDM (terutama *Drafter*) dari masing-masing tim *engineering* sesuai dengan beban pekerjaan di suatu periode.
- c. Menentukan *strategy* pengembangan produk jangka menengah (*Class A, B dan C*).
- d. Bersama dengan supervisor *Product Engineering* melakukan penentuan target kerja tiap tim *Product Engineering*.

6. Manager R & D (Research & Development)

- a. Bersama dengan Direktur Tehnik menentukan design produk baru atau revisi design secara keseluruhan.

- b. Membantu Supervisor dalam melakukan evaluasi SDM dari masing-masing tim Research & Development (R&D) sesuai dengan beban pekerjaan di suatu periode.
- c. Menentukan strategy pengembangan produk.
- d. Bersama dengan Supervisor melakukan penentuan target kerja tiap tim Research & Development (R&D).

7. Manager Production

- a. Menjaga dan mengamankan dokumen kerja bagian Departemen Produksi dari penyalahgunaan dan penyimpangan yang dilakukan oleh pihak institusi luar maupun individu-individu yang tidak bertanggung jawab.
- b. Bertanggung jawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen Departemen Produksi ke pihak luar.
- c. Memberikan arahan kepada bawahan, agar bawahan dapat bekerja sesuai dengan prosedur dan target yang ditetapkan.
- d. Memeriksa kualitas hasil kerja bawahan.

8. Manager HRD & Training

- a. Atas sepengetahuan Direktur Teknik membuat dan menyusun program kerja HRD & Training yang berkaitan dengan program visi & misi perusahaan.
- b. Bertanggungjawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen *Departemen HRD & Training* ke pihak luar.

- c. Memberikan arahan kepada bawahan, agar bawahan dapat bekerja sesuai dengan prosedur dan target yang ditetapkan.
- d. Bertanggungjawab membina kerjasama tim yang solid antar Departemen terkait.

9. Manager Quality & Testing

- a. Atas sepengetahuan Direktur Teknik membuat dan menyusun program kerja *Quality Control* seluruh bagian-bagian produksi yang berkaitan dengan program kerja Departemen *Quality Control*.
- b. Bertanggungjawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen *Departemen Quality Control* ke pihak luar.
- c. Memberikan arahan kepada bawahan, agar dapat bekerja sesuai dengan prosedur dan target yang ditetapkan.
- d. Bertanggungjawab membina kerjasama tim yang solid antar departemen terkait urusan Departemen Produksi.

10. Manager Engineering Proses

- a. Atas sepengetahuan Direktur Teknik membuat dan menyusun program kerja Proses Engineering yang berkaitan dengan program kerja.
- b. Bertanggungjawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen Departemen *Proses Engineering* ke pihak luar.
- c. Memberikan arahan kepada bawahan, agar dapat bekerja sesuai dengan prosedur dan target yang ditetapkan.
- d. Bertanggungjawab membina kerjasama tim yang solid antar departemen terkait urusan Departemen Produksi.

11. Manager After Sales Service

- a. Atas sepengetahuan direktur *finance & accounting* membuat dan menyusun program kerja departemen sales.
- b. Bertanggungjawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen departemen sales ke pihak luar.
- c. Memberikan arahan kepada bawahan agar bawahan dapat bekerja sesuai dengan prosedur dan target yang ditetapkan.
- d. Bertanggungjawab membina kerjasama team yang solid antar departemen terkait dengan urusan departemen sales.

12. Manager Logistic

- a. Atas sepengetahuan Direktur *Finance & Accounting* membuat dan menyusun program kerja Departemen Logistik.
- b. Bertanggungjawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen Departemen Logistik ke pihak luar.
- c. Memberikan arahan kepada bawahan, agar bawahan dapat bekerja sesuai dengan prosedur dan target yang ditetapkan.
- d. Bertanggungjawab membina kerjasama tim yang solid antar Departemen terkait urusan Departemen Logistik.

13. Manager General Affair & Maintenance

- a. Atas sepengetahuan Direktur *Finance & Accounting* membuat dan menyusun program kerja *Departemen General Affair & Maintenance*.

- b. Bertanggungjawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen *Departemen General Affair & Maintenance* ke pihak luar.
- c. Memberikan arahan kepada bawahan, agar bawahan dapat bekerja sesuai dengan prosedur dan target yang ditetapkan.
- d. Bertanggungjawab membina kerjasama tim yang solid antar departemen terkait urusan *Departemen General Affair & Maintenance*.

14. Manager PPIC

- a. Atas sepengetahuan Direktur *Finance & Accounting* membuat dan menyusun program kerja *Departemen Logistik*.
- b. Bertanggungjawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen *Departemen PPIC* ke pihak luar.
- c. Memberikan arahan kepada bawahan, agar dapat bekerja sesuai dengan prosedur dan target yang ditetapkan.
- d. Bertanggungjawab membina kerjasama tim yang solid antar *Departemen* terkait urusan *Departemen PPIC*.

15. Manager Purchasing

- a. Atas sepengetahuan Direktur *Finance & Accounting* membuat dan menyusun program kerja *Departemen Purchasing*.
- b. Bertanggungjawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen *Departemen Purchasing* ke pihak luar.

- c. Memberikan arahan kepada bawahan, agar bawahan dapat bekerja sesuai dengan prosedur dan target yang ditetapkan.
- d. Bertanggungjawab membina kerjasama tim yang solid antar departemen terkait urusan *Departemen Purchasing*.

16. Manager Finance & Accounting.

- a. Atas sepengetahuan Direktur *Finance & Accounting* membuat dan menyusun program kerja *Departemen Finance & Accounting*.
- b. Bertanggungjawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen *Departemen Finance & Accounting* ke pihak luar.
- c. Memberikan arahan kepada bawahan, agar dapat bekerja sesuai dengan prosedur dan target yang ditetapkan.
- d. Bertanggungjawab membina kerjasama tim yang solid antar departemen terkait urusan *Departemen Finance & Accounting*.

2. 5 Produk Bus Laksana

Sebagai sebuah karoseri besar, CV. Laksana mengeluarkan produk produk bus unggulan mereka. Produk - produk bus ini disesuaikan dengan kebutuhan yang ada di pasaran. Bus ini lalu akan dipergunakan sebagai angkutan antarkota, bus pariwisata, bus kota, dan bus untuk kebutuhan khusus lainnya. Berikut adalah produk – produk bus dari CV. Laksana:

1. Produk Bus Besar

CV. Laksana mengeluarkan beberapa varian produk bus besar untuk memenuhi kebutuhan pasar domestik dan luar negeri. Bus besar ini dapat disesuaikan peruntukannya untuk berbagai kebutuhan, seperti bus pariwisata dan bus antarkota.



Gambar 2.5.1 Bus Besar bertipe Nucleus 3

Sumber: Busnesia.com



Gambar 2.5.2 Bus Besar bertipe Discovery

Sumber: Busnesia.com



Gambar 2.5.3 Bus Besar bertipe Legacy

Sumber: Busnesia.com



Gambar 2.5.4 Bus Besar bertipe Proteus

sumber: Busnesia.com



Gambar 2.5.5 Bus Besar bertipe Cityline

Sumber: Busnesia.com

2. Produk Bus Sedang

Selain bus besar, CV. Laksana juga membuat produk bus sedang yang berkapasitas 20-35 tempat duduk. Adapun produk bus sedang tersebut seperti, Nucleus 1, Nucleus 2, Tourista, Sonic.



Gambar 2.5.6 Bus Sedang bertipe Tourista

Sumber: Busnesia.com



Gambar 2.5.7 Bus Sedang bertipe Nucleus

Sumber: Busnesia.com

3. Produk Bus Gandeng

Sebagai salah satu karoseri besar di Indonesia, CV. Laksana juga mengeluarkan varian produk untuk memenuhi kebutuhan bus kota. Salah satu produk unggulan CV. Laksana adalah bus gandeng yang banyak digunakan di kota-kota besar seperti Jakarta.



Gambar 2.5.8 Bus Gandeng Laksana

Sumber: Pratama 2013

