

## BAB II

### TINJAUAN UMUM PT ASA KREASI INTERASIA

#### 2.1 Sejarah Perusahaan

PT Asa Kreasi Interasia merupakan perusahaan yang bergerak di sektor industri kreatif dan teknologi, resmi berdiri sejak 27 Oktober 2021. Mengusung tagline “*When Creativity Meets Technology*,” perusahaan ini awalnya berfokus sebagai agensi komunikasi digital yang menangani kampanye untuk berbagai merek maupun institusi.

Proyek perdana Asa Kreasi Interasia adalah menjadi promotor konser 30 Tahun Dewa 19 yang diselenggarakan di Kota Medan dan Balikpapan pada tahun 2023. Kesuksesan tersebut menjadi langkah awal dalam perluasan skala bisnis perusahaan. Saat ini, Asa Kreasi Interasia telah berkembang menjadi perusahaan induk (*holding company*) yang menyediakan berbagai solusi end-to-end, mulai dari perencanaan hingga implementasi, melalui tim profesional yang berpengalaman di bidangnya.

Hingga kini, Asa Kreasi Interasia memiliki beberapa unit bisnis yang beroperasi secara independen sesuai bidang spesifiknya, yaitu:

1. Ini Rumah Kita, yang berfokus pada event activation baik secara daring maupun luring.
2. Potensia Daya Sinergi, yang bergerak di sektor teknologi pendidikan (*Education Technology*).
3. IQ-I, yang menghadirkan berbagai solusi berbasis kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*).
4. Kreasi Digital Interasia, yang menyediakan solusi di bidang sistem integrasi, *Internet of Things* (IoT), dan perangkat lunak.

Seiring berjalannya waktu, layanan-layanan yang sebelumnya dikelola oleh unit bisnis Kreasi Digital Interasia kini dijalankan secara langsung oleh Asa Kreasi Interasia dengan pendekatan dan branding yang terintegrasi. Sehingga kini unit bisnis yang tersisa hanyalah Ini Rumah Kita, Potensia Daya Sinergi, dan IQ-I. Hal ini mencerminkan komitmen

perusahaan untuk tetap adaptif dan relevan terhadap kebutuhan industri yang terus berkembang.

### **2.1.1 Visi dan Misi Asa Kreasi Interasia**

Dalam menjalankan kegiatan operasional dan pengembangan bisnisnya, PT Asa Kreasi Interasia memiliki visi dan misi yang menjadi pedoman utama perusahaan dalam meraih tujuan serta mempertahankan eksistensi di industri kreatif dan teknologi. Visi dan misi ini menjadi dasar pijakan bagi seluruh lini perusahaan dalam merancang strategi dan mengambil keputusan yang berorientasi pada kemajuan jangka panjang, diantaranya:

#### **Visi Perusahaan**

PT Asa Kreasi Interasia adalah menjadi perusahaan kreatif berbasis teknologi terdepan yang memberikan solusi inovatif bagi pelanggan dan masyarakat.

#### **Misi Perusahaan**

1. Mengembangkan solusi kreatif dan berbasis teknologi yang menjawab kebutuhan pelanggan dengan inovasi dan efisiensi tinggi.
2. Menyediakan layanan berkualitas yang membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.
3. Mendorong pertumbuhan berkelanjutan melalui integritas, profesionalisme, dan tanggung jawab sosial.
4. Menciptakan lingkungan kerja yang inspiratif dan kolaboratif untuk mendorong pengembangan potensi setiap karyawan.

### **2.1.2 Nilai – Nilai dan Budaya / Tata Nilai PT Asa Kreasi Interasia**

Dalam operasionalnya, PT Asa Kreasi Interasia menjunjung tinggi nilai-nilai inti yang menjadi dasar dalam setiap proses pengambilan keputusan, penyusunan kebijakan, hingga pelaksanaan program kerja. Nilai-nilai ini menjadi fondasi dalam membangun budaya kerja yang profesional, inovatif, dan berorientasi pada kualitas. Berikut adalah nilai-nilai utama yang dijunjung oleh PT Asa Kreasi Interasia:

### **1. Integritas (*Integrity*)**

PT Asa Kreasi Interasia memandang integritas sebagai prinsip utama dalam membangun kepercayaan dan profesionalisme. Nilai ini tercermin melalui:

- a. Penghargaan terhadap waktu, keteraturan, dan ketepatan dalam bekerja.
- b. Komitmen untuk hadir tepat waktu dan memanfaatkan waktu secara maksimal.
- c. Konsistensi dalam menjalankan Standar Operasional Prosedur (SOP).
- d. Ketepatan dalam penyerahan produk dan jasa sesuai dengan yang dijanjikan.
- e. Praktik pengendalian diri secara internal (vertikal) dan kolaboratif (horizontal) demi kemajuan individu, tim, serta kepuasan pelanggan.

### **2. Inovasi (*Innovation*)**

Sebagai perusahaan yang berfokus pada kreativitas dan teknologi, inovasi menjadi elemen kunci dalam setiap aktivitas. Hal ini diwujudkan dengan:

- a. Menghargai ide-ide kreatif dan mengimplementasikannya ke dalam solusi nyata bagi pelanggan.
- b. Melakukan pengembangan inovasi secara berkelanjutan, baik dalam produk, proses, maupun komunikasi bisnis.
- c. Aktif mendengarkan masukan dari pelanggan internal maupun eksternal untuk merespons kebutuhan mereka secara tepat.
- d. Melakukan *benchmarking* terhadap tren teknologi terbaru untuk tetap relevan dan kompetitif.
- e. Mendorong budaya berpikir dalam dan luar kotak (*inside and outside the box innovation*).
- f. Menciptakan lingkungan kerja yang dinamis dan adaptif, dimana setiap individu mampu berinovasi secara bebas dan fleksibel.

### 3. Kerja Sama Tim

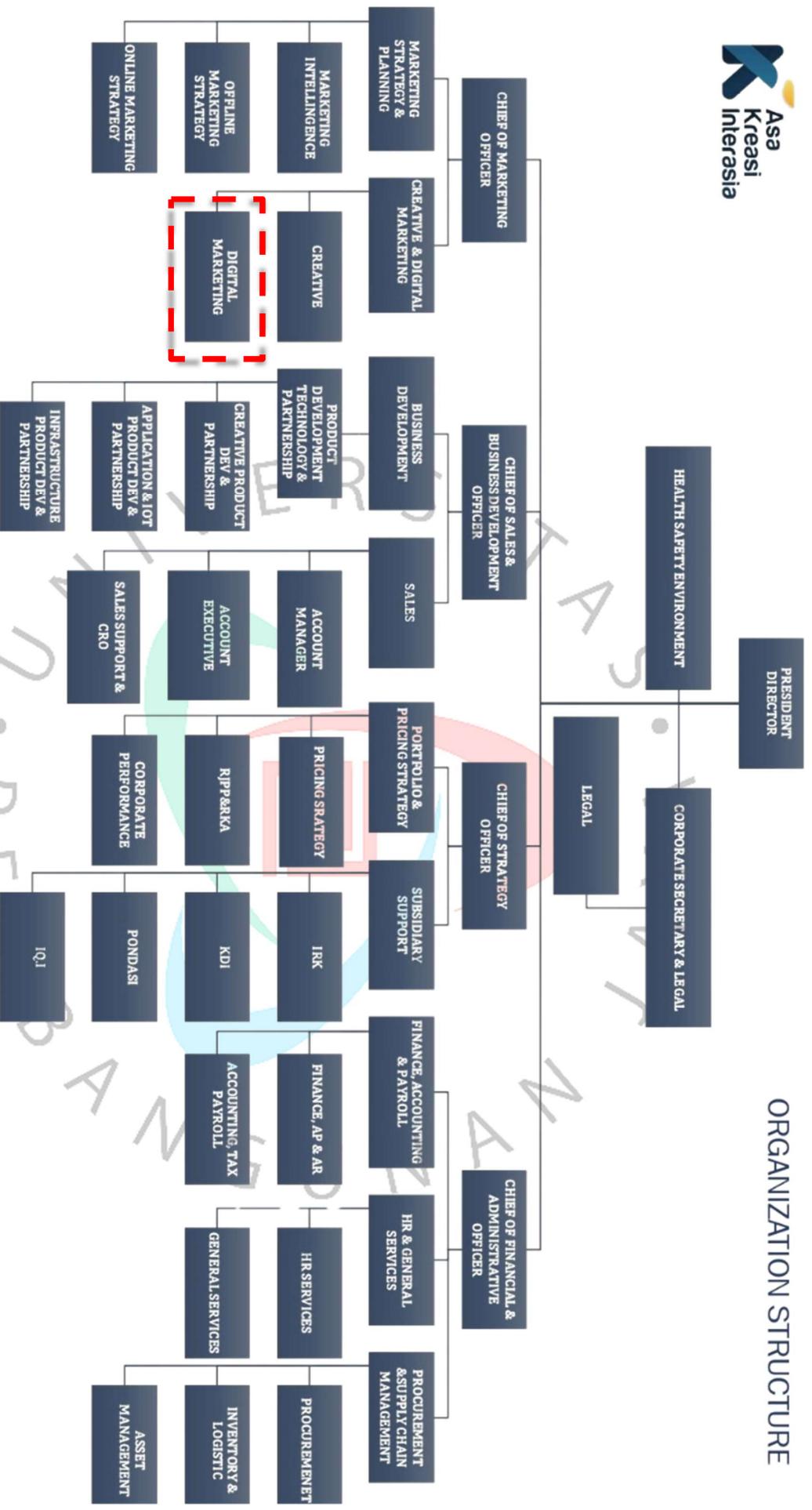
PT Asa Kreasi Interasia meyakini bahwa kekuatan kolektif lebih berdampak dibandingkan aksi individu. Prinsip ini dituangkan dalam semangat *“transform individual action into collective power”*, di mana kolaborasi dan sinergi menjadi kekuatan utama dalam mencapai tujuan bersama.

### 2.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah kerangka atau susunan formal yang menggambarkan bagaimana peran, tanggung jawab, dan wewenang dibagi, dikoordinasikan, dan dikendalikan dalam suatu organisasi. Struktur ini mencerminkan bagaimana suatu organisasi diatur, siapa melapor kepada siapa, dan bagaimana berbagai bagian dan fungsi berinteraksi satu sama lain (Mulyanty & Ahmadi, 2024)

Struktur organisasi mencerminkan bagaimana aktivitas dan fungsi yang beragam dalam organisasi dibagi dan dikelompokkan, serta menunjukkan hubungan antar posisi dalam organisasi. Hal ini mencakup perencanaan kekuasaan, tanggung jawab, dan pekerjaan setiap anggota organisasi, sehingga memungkinkan koordinasi yang efektif dalam mencapai tujuan organisasi. Berikut merupakan gambar dari struktur organisasi di PT Asa Kreasi Interasia:

# ORGANIZATION STRUCTURE



Keterangan:  
 = Posisi Praktikan Bekerja

Gambar 2. 1 Struktur Organisasi PT Ase Kreasi Interasia  
 Sumber: Internal PT. Ase Kreasi Interasia (2021)

Diantaranya, struktur organisasi di PT Asa Kreasi Interasia memiliki bagan yang terdiri dari:

**1. *President Director***

Merupakan pimpinan tertinggi PT Asa Kreasi yang bertanggung jawab atas seluruh operasional, strategi, dan pencapaian visi serta misi PT Asa Kreasi Interasia.

**2. *Health Safety Environment***

Merupakan tim yang bertugas memastikan lingkungan kerja yang aman dan sehat serta kepatuhan terhadap standar lingkungan.

**3. *Corporate Secretary & Legal***

Mengelola tata kelola perusahaan, kepatuhan hukum, dan hubungan dengan regulator.

**4. *Legal***

Menyediakan layanan hukum spesifik untuk perusahaan, seperti mengurus perizinan, kontrak, litigasi, dan memastikan kepatuhan hukum di seluruh aspek bisnis.

**5. *Chief of Marketing Officer***

Bertanggung jawab penuh atas perancangan, implementasi, dan pengelolaan seluruh strategi serta operasional pemasaran perusahaan.

**6. *Marketing Strategy & Planning***

Merumuskan strategi pemasaran jangka panjang dan rencana kampanye dengan melakukan riset pasar, segmentasi audiens, perumusan pesan kunci, dan perencanaan anggaran pemasaran.

**7. *Creative & Digital Marketing***

Mengelola aspek kreativitas dan eksekusi pemasaran melalui saluran digital dengan mengembangkan konten visual dan tulisan, mengelola media sosial, menjalankan kampanye digital, serta menganalisis performa kampanye online.

**8. Chief of Sales & Business Development Officer**

Memimpin upaya pengembangan bisnis baru dan memastikan pencapaian target penjualan.

**9. Business Development**

Fokus pada identifikasi dan pengembangan peluang bisnis baru serta kemitraan strategis dengan melakukan riset pasar untuk ekspansi, negosiasi kemitraan, dan pengembangan proposal bisnis.

**10. Sales**

Mengelola proses penjualan dari prospek hingga penutupan kesepakatan.

**11. Chief of Strategy Officer**

Bertanggung jawab atas perumusan strategi jangka panjang perusahaan dan inisiatif pertumbuhan dengan melakukan analisis industri, mengidentifikasi peluang strategis, dan memimpin proyek-proyek strategis.

**12. Portfolio & Pricing Strategy**

Mengelola portofolio produk dan jasa serta strategi penetapan harga yang kompetitif.

**13. Subsidiary Support**

Memberikan dukungan operasional dan strategis kepada anak-anak perusahaan.

**14. Chief of Financial & Administrative Officer**

Mengelola seluruh aspek keuangan, administrasi, sumber daya manusia, dan rantai pasok perusahaan.

**15. Finance, Accounting & Payroll**

Mengelola pembukuan, pelaporan keuangan, dan penggajian karyawan,

#### **16. HR & General Services**

Mengelola sumber daya manusia dan menyediakan layanan dukungan umum.

#### **17. Procurement & Supply Chain Management**

Bertanggung jawab atas pengadaan barang dan jasa serta efisiensi rantai pasok.

Pelaksanaan program Kerja Profesi yang dilakukan praktikan di PT Asa Kreasi Interasia berada di struktur bagan Digital Marketing, di bawah pengawasan *Chief of Marketing Officer*.

### **2.3 Kegiatan Umum Perusahaan**

PT Asa Kreasi Interasia menjalankan berbagai aktivitas operasional dan strategis yang terstruktur di bawah naungan beragam divisi dan unit kerja. Setiap komponen dalam struktur organisasi memiliki fungsi dan kegiatan umum yang spesifik, namun saling terintegrasi, untuk mencapai tujuan bisnis perusahaan secara keseluruhan. Berdasarkan bagan struktur organisasi, berikut adalah gambaran fungsi dan kegiatan umum dari masing-masing posisi dan divisi di PT Asa Kreasi Interasia:

#### **1. President Director**

Pimpinan paling tertinggi di PT Asa Kreasi Interasia diduduki oleh *President Director*. Tanggung jawab dari *President Director* adalah mengatur seluruh kegiatan operasional, menyusun strategi perusahaan, dan memastikan visi serta misi perusahaan dapat terwujud. Di mata *stakeholder* eksternal dan publik, *President Director* juga memiliki peran sebagai representasi utama perusahaan serta membangun dan menjaga citra positif perusahaan. Selain itu, *President Director* juga bertanggung jawab atas berbagai divisi di bawahnya, diantaranya; *Health Safety Environment*, *Corporate Secretary & Legal*, dan berbagai divisi lainnya. Sehingga penting untuk memastikan setiap departemen beroperasi selaras dengan tujuan keseluruhan perusahaan.

## **2. Health Safety Environment**

Divisi ini memiliki fungsi vital dalam menciptakan dan memelihara lingkungan kerja yang aman dan sehat bagi seluruh karyawan, sekaligus memastikan kepatuhan perusahaan terhadap regulasi dan standar lingkungan yang berlaku. Kegiatan umum divisi ini meliputi pengembangan dan implementasi kebijakan Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3), melakukan audit keselamatan secara berkala, serta mengelola program pelatihan dan pencegahan risiko untuk meminimalkan insiden kerja. Demi memastikan kesejahteraan karyawan, divisi HSE berinteraksi erat dengan Divisi *HR & General Services*, selain itu divisi HSE juga kerap berhubungan dengan divisi *Procurement & Supply Chain Management* terkait standar keselamatan dalam pengadaan nantinya.

## **3. Corporate Secretary & Legal**

Divisi ini mengatur operasional bisnis PT Asa Kreasi Interasia daengan bertanggung jawab atas tata kelola perusahaan dan kepatuhan terhadap seluruh aspek hukum. Kegiatan umum divisi ini mencakup persiapan dan pengarsipan dokumen hukum dan menangani isu-isu legal perusahaan. *Corporate Secretary & Legal* juga berkolaborasi dengan divisi lainnya, terutama *Finance, Accounting & Payroll* terkait kepatuhan finansial, serta *Sales dan Business Development* dalam penyusunan kontrak.

## **4. Chief of Marketing Officer (CMO)**

Peran dari divisi ini adalah mendorong pertumbuhan merek dan meningkatkan keterlibatan pelanggan secara strategis. Peran ini melibatkan kepemimpinan tim pemasaran, pemanfaatan wawasan pasar secara mendalam, serta penerapan strategi inovatif untuk memperkuat posisi perusahaan di pasar. CMO memastikan bahwa seluruh

aktivitas pemasaran dapat berjalan dengan optimal selaras dengan tujuan bisnis perusahaan.

Tanggung jawab spesifik CMO meliputi:

**a. Perencanaan dan Eksekusi Strategi**

Mengembangkan dan mengimplementasikan rencana pemasaran yang komprehensif, selaras dengan tujuan organisasi untuk mendorong pertumbuhan merek dan keterlibatan pelanggan.

**b. Manajemen Tim**

Memimpin, mengelola, dan membina tim pemasaran untuk memastikan kolaborasi dan kinerja yang efektif dalam mencapai target pemasaran.

**c. Optimalisasi Saluran Pemasaran**

Mengelola dan mengoptimalkan berbagai saluran pemasaran, baik digital maupun tradisional, untuk memaksimalkan jangkauan, dampak, dan *Return on Investment* (ROI).

**d. Analisis Pasar**

Melakukan analisis tren pasar, perilaku konsumen, serta lanskap kompetitif untuk merumuskan strategi dan taktik pemasaran yang tepat.

**e. Pengembangan dan Konsistensi Merek**

Mengembangkan dan menjaga identitas merek yang kuat serta memastikan pesan dan posisi merek yang konsisten di seluruh saluran dan titik kontak.

**f. Manajemen Anggaran**

Mengelola alokasi anggaran pemasaran secara efektif, melacak pengeluaran, dan memastikan keselarasan dengan tujuan keuangan perusahaan.

**g. Laporan Kinerja**

Melacak dan menganalisis metrik serta kinerja pemasaran, memberikan laporan rutin dan wawasan yang berharga kepada manajemen senior.

**h. Kolaborasi Eksternal**

Mengawasi hubungan dengan agensi periklanan, mitra media, vendor eksternal, dan berkolaborasi dengan departemen lain seperti penjualan dan pengembangan produk untuk menyelaraskan upaya pemasaran dengan tujuan bisnis secara keseluruhan.

**i. Inovasi dan Adaptasi**

Senantiasa mengikuti perkembangan tren, alat, dan teknologi pemasaran terkini, serta menerapkan pendekatan inovatif untuk menjaga strategi pemasaran perusahaan tetap kompetitif dan efektif.

**5. Marketing Strategy & Planning**

Divisi ini bertanggung jawab untuk merumuskan fondasi strategi pemasaran sebelum dieksekusi oleh tim lainnya. Fungsi utama departemen ini meliputi:

**a. Riset Pasar Komprehensif**

Melakukan analisis mendalam terhadap tren pasar, kebutuhan konsumen, aktivitas kompetitor, dan potensi peluang pasar. Dari hasil riset ini, departemen ini menentukan segmen pasar yang paling sesuai dan mengidentifikasi profil audiens sasaran. Selain itu, merumuskan strategi *positioning* merek untuk menciptakan nilai unik dan membedakan produk atau layanan perusahaan dari pesaing.

**b. Pengembangan Kampanye Terstruktur**

Merancang kampanye pemasaran yang terstruktur untuk mencapai tujuan spesifik, seperti peluncuran produk baru, peningkatan kesadaran merek, atau peningkatan penjualan. Proses ini juga mencakup penyusunan anggaran kampanye serta pemilihan media dan saluran komunikasi yang paling efektif untuk menjangkau audiens target.

**c. Pemantauan Kinerja Berkelanjutan**

Menentukan indikator kinerja utama (*Key Performance Indicators/KPIs*) untuk mengukur efektivitas setiap strategi atau kampanye pemasaran. Departemen ini secara berkelanjutan mengawasi kinerja kampanye, mengevaluasi hasilnya untuk memastikan pencapaian target, dan menganalisis data untuk mengidentifikasi area perbaikan serta membuat rekomendasi optimasi.

**6. Creative & Digital Marketing**

Sebagai divisi yang mengimplementasikan strategi, Creative & Digital Marketing fokus pada eksekusi kampanye pemasaran melalui berbagai platform digital. Tim ini bertanggung jawab atas:

**a. Perumusan Strategi Digital**

Menyusun strategi pemasaran digital yang selaras dengan target audiens dan tujuan bisnis perusahaan, termasuk penentuan platform dan jenis konten yang akan digunakan untuk meningkatkan *brand awareness* dan penjualan secara daring.

**b. Peluncuran dan Pengelolaan Kampanye**

Mengelola dan meluncurkan kampanye pemasaran melalui beragam kanal digital, seperti media sosial,

*Search Engine Optimization (SEO), email marketing,* dan iklan berbayar.

**c. Pengembangan Konten**

Membuat konten yang menarik dan relevan, mencakup tulisan, gambar, video, atau grafis, yang sesuai dengan identitas merek dan bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan audiens.

**d. Analisis dan Pelaporan Kinerja**

Melakukan analisis mendalam terhadap hasil kampanye dan kinerja pemasaran digital, serta menyusun laporan rutin untuk mengevaluasi pencapaian tujuan pemasaran.

**e. Pengelolaan Komunitas dan Hubungan Pelanggan**

Membangun dan memelihara hubungan positif dengan pelanggan melalui interaksi aktif di media sosial dan platform digital lainnya, yang berkontribusi pada peningkatan loyalitas dan reputasi merek.

**7. Chief of Sales & Business Development Officer (CSBDO)**

Kegiatan utama divisi ini ialah memimpin dan mengarahkan seluruh upaya pengembangan bisnis baru serta memastikan pencapaian target penjualan yang ambisius. Kegiatan umum CSBDO melibatkan strategi penetrasi pasar, manajemen tim penjualan, dan negosiasi kontrak besar. Posisi ini memiliki korelasi erat dengan *Chief of Marketing Officer* untuk memastikan pesan pemasaran mendukung penjualan, dan dengan *Portfolio & Pricing Strategy* untuk memastikan produk dan harga kompetitif.

#### **8. Business Development**

Unit ini bertanggung jawab untuk mengeksplorasi pasar baru, menjalin kemitraan strategis dengan entitas lain, serta mencari celah pasar yang belum tergarap. Kegiatan umum unit ini meliputi riset pasar ekstensif untuk potensi ekspansi, negosiasi dan pembentukan kemitraan, serta pengembangan proposal bisnis yang menarik untuk menarik investasi atau kolaborasi. Unit ini berkolaborasi dengan Sales untuk menyerahkan prospek yang sudah matang, dan dengan *Product Development* untuk mengidentifikasi kebutuhan pasar yang bisa diterjemahkan menjadi produk baru, serta juga dengan tim Digital Marketing dalam memberikan informasi terkait produk unit bisnis yang dikelolanya.

#### **9. Sales**

Divisi *Sales* memegang peranan kunci dalam mengelola seluruh proses penjualan, mulai dari identifikasi prospek hingga penutupan kesepakatan dan *after-sales service*. Kegiatan umum divisi ini mencakup identifikasi prospek, presentasi produk atau jasa yang menarik, negosiasi harga dan persyaratan, serta menjaga komunikasi berkelanjutan dengan pelanggan. Divisi *Sales* berinteraksi intens dengan *Marketing* untuk mendapatkan *leads* berkualitas, dan dengan *Finance* untuk urusan faktur dan pembayaran.

#### **10. Chief of Strategy Officer**

Bertanggung jawab atas perumusan dan implementasi strategi jangka panjang perusahaan, memastikan PT Asa Kreasi Interasia tetap kompetitif dan adaptif terhadap perubahan pasar. Kegiatan umum CSO meliputi pemetaan strategi bisnis, evaluasi kinerja strategis, dan memberikan rekomendasi kepada pimpinan eksekutif. CSO berkolaborasi kuat dengan President Director dalam merumuskan visi dan

misi, serta dengan seluruh Chief Officer lainnya untuk memastikan strategi perusahaan terimplementasi secara terpadu di setiap divisi.

#### **11. Portfolio & Pricing Strategy**

Unit ini memiliki fungsi untuk mengelola seluruh portofolio produk dan jasa perusahaan, serta merumuskan strategi penetapan harga yang optimal untuk memaksimalkan profitabilitas dan daya saing. Kegiatan umum unit ini meliputi analisis kinerja produk yang ada, identifikasi produk baru yang potensial, penentuan model penetapan harga yang sesuai dengan nilai produk dan kondisi pasar, serta melakukan evaluasi harga secara berkala. Unit ini berinteraksi erat dengan *Product Development Technology & Partnership* dalam pengembangan produk baru, dan dengan *Sales & Marketing* untuk memastikan strategi harga mendukung upaya penjualan dan pemasaran.

#### **12. Subsidiary Support**

Unit ini memiliki fungsi krusial dalam memberikan dukungan operasional dan strategis kepada anak-anak perusahaan di bawah naungan PT Asa Kreasi Interasia. Tujuannya adalah memastikan setiap unit bisnis beroperasi secara efisien dan selaras dengan tujuan keseluruhan perusahaan. Kegiatan umum unit ini meliputi fasilitasi koordinasi antar unit bisnis, berbagi praktik terbaik dan sumber daya, serta memastikan keselarasan strategi anak perusahaan dengan strategi induk. Unit ini berinteraksi langsung dengan setiap unit bisnis Asa Kreasi Interasia (IRK, Pondasi, IQ-I) untuk memberikan bimbingan dan dukungan yang dibutuhkan.

#### **13. Chief of Financial & Administrative Officer (CFAO)**

Memegang kendali atas seluruh aspek keuangan, administrasi, sumber daya manusia, dan manajemen rantai pasok perusahaan. Kegiatan umum CFAO meliputi

pengawasan anggaran, pengelolaan arus kas, pelaporan pajak, manajemen aset, dan pengembangan kebijakan internal. CFAO berkorelasi dengan seluruh *Chief Officer* lainnya dalam hal anggaran dan sumber daya, serta dengan Legal untuk kepatuhan finansial dan administratif.

#### **14. Finance, Accounting & Payroll**

Kegiatan umum divisi ini meliputi penyusunan laporan keuangan (neraca, laba rugi), melakukan audit internal, manajemen kas dan investasi, serta pemrosesan dan pembayaran gaji karyawan secara tepat waktu. Divisi ini berinteraksi dengan seluruh divisi lain terkait alokasi anggaran, pengeluaran, dan pelaporan keuangan proyek.

#### **15. HR & General Services**

Divisi ini bertanggung jawab atas pengelolaan sumber daya manusia dan penyediaan layanan dukungan umum yang menunjang operasional kantor. Kegiatan umum divisi ini meliputi proses rekrutmen dan seleksi calon karyawan, pelaksanaan program pelatihan dan pengembangan karyawan, pengelolaan *benefit* karyawan, penanganan isu ketenagakerjaan, serta pengelolaan fasilitas kantor.

#### **16. Procurement & Supply Chain Management**

Divisi ini memiliki fungsi krusial dalam memastikan ketersediaan barang dan jasa yang dibutuhkan perusahaan, serta mengelola efisiensi seluruh rantai pasok. Kegiatan umum divisi ini melibatkan komunikasi dengan rekan vendor, pengelolaan dan pengawasan inventaris, koordinasi logistik pengiriman dan penerimaan, serta memastikan kelancaran alur pasokan untuk mendukung operasional perusahaan. Divisi ini juga berinteraksi dengan semua divisi yang memiliki kebutuhan akan barang atau jasa, serta dengan *Finance* untuk persetujuan anggaran pengadaan.