

## **BAB II**

### **TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI**

#### **2.1 Sejarah PT. Usaha Mandiri Makmur**



**Gambar 2. 1 Logo PT.Usaha Mandiri Makmur**  
**Sumber: Website Usaha Mandiri Makmur**

Kosmetik sebagai suatu komponen yang sangat signifikan dalam ranah kecantikan merujuk pada istilah yang bersumber dari bahasa Yunani yang mengandung makna "berhias". Perkembangan industri kosmetik di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang pesat baik dalam skala penjualan domestik maupun internasional. Fenomena ini mencerminkan bahwa konsep kecantikan bukan hanya sekadar aspirasi semata, melainkan telah menjadi kebutuhan yang memberikan dampak positif terhadap perkembangan sektor kosmetik, tidak terkecuali di Indonesia. Fenomena ini terungkap melalui peningkatan produksi kosmetik yang signifikan dari tahun ke tahun, mencakup baik produk-produk lokal maupun impor.

PT. Usaha Mandiri Makmur merupakan perusahaan manufaktur kosmetik yang didirikan pada tahun 2002 dan telah memiliki CPKB (Cara Pembuatan Kosmetik yang Benar). Motivasi mendirikan perusahaan ini adalah untuk memberikan kontribusi dalam memajukan industri kecantikan di Indonesia. PT. Usaha Mandiri Makmur termasuk ke dalam entitas bisnis yang bergerak dalam produksi, pemasaran, dan penjualan produk-produk kecantikan. Produk kecantikan yang dihasilkan oleh PT.Usaha Mandiri Makmur mencakup berbagai macam item seperti skincare (perawatan kulit), makeup, produk perawatan rambut, dan produk perawatan tubuh lainnya.

Pada tahap awal, PT. Usaha Mandiri Makmur ini menghadapi berbagai tantangan, termasuk persaingan ketat dan pengembangan produk yang inovatif. Namun, melalui dedikasi dan komitmen terhadap kualitas, perusahaan ini berhasil membangun pangsa pasar yang stabil. Seiring berjalannya waktu, PT Usaha Mandiri Makmur terus melakukan inovasi dalam produknya dengan mempekerjakan ahli dermatologi dan tenaga kerja profesional dalam bidangnya, perusahaan ini meluncurkan rangkaian produk yang lebih beragam dan terus memperluas pangsa pasar, baik di dalam negeri maupun internasional. PT Usaha Mandiri Makmur selalu mengutamakan penelitian dan pengembangan (R&D) untuk memastikan produk-produknya selalu up-to-date dengan tren kecantikan terkini dan memenuhi standar keamanan yang ketat. Untuk memastikan kualitas tinggi produk-produknya, PT Usaha Mandiri Makmur memiliki pabrik produksi yang dilengkapi dengan teknologi canggih. Proses produksi mengikuti standar internasional dan menjalani uji klinis sebelum peluncuran produk.

Selain itu PT. Usaha Mandiri Makmur menyediakan jasa maklon atau yang dikenal dengan sebutan "jasa maklon" yang menawarkan layanan pembuatan produk untuk pihak lain yang ingin meluncurkan produk dapat fokus pada pemasaran, penjualan, dan pengembangan merek tanpa harus terlibat secara langsung dalam proses produksi. Istilah "maklon" sendiri berasal dari istilah "maklum" atau "menerima maklumat," yang artinya pihak perusahaan yang menyediakan jasa maklon menerima pesanan untuk memproduksi produk sesuai dengan spesifikasi dan kebutuhan pihak lain, yang umumnya merupakan merek atau brand yang menggunakan jasa maklon tersebut. Dalam Maklon ini PT. Usaha Mandiri Makmur menyediakan layanan yang mencakup seluruh kebutuhan produksi, termasuk desain produk, pemasok bahan baku, pengemasan, dan penanganan legalitas produk, seperti proses perizinan seperti BPOM, sertifikasi Halal MUI, hingga pendaftaran merek dan paten.

Visi & Misi dari PT. Usaha Mandiri Makmur, meliputi :

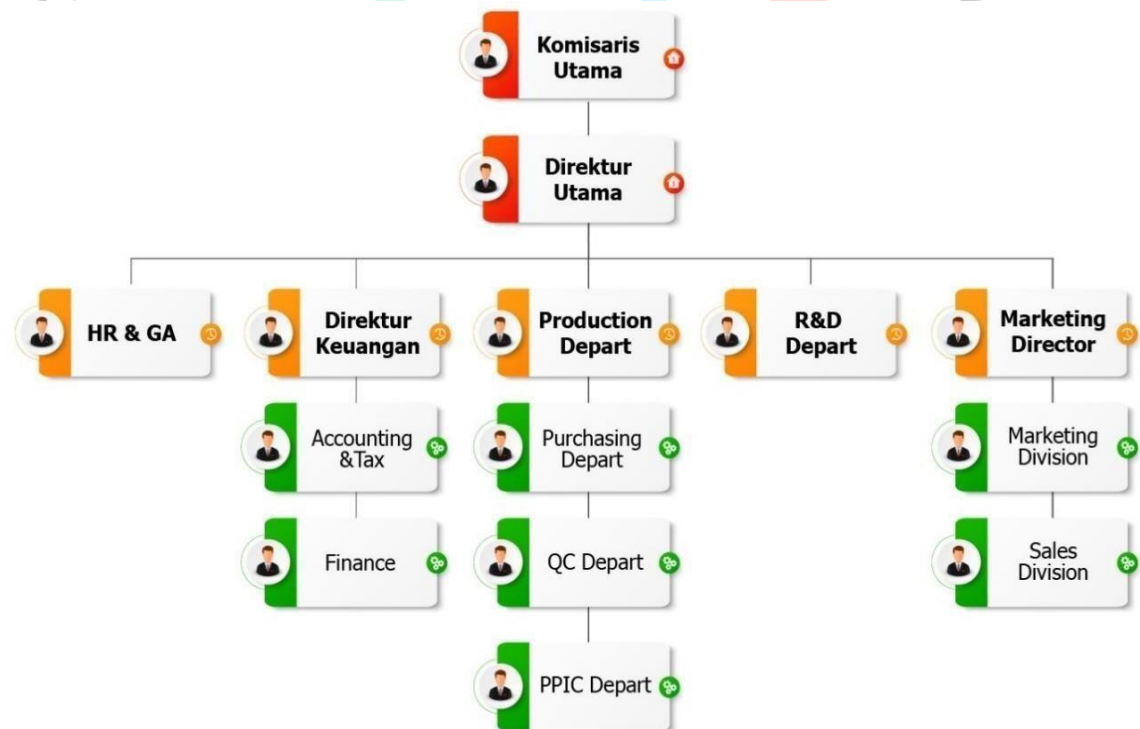
- Bekerjasama dan membantu UMKM hingga pelaku bisnis yang ingin

memasarkan produk kosmetik dan perawatan kulit terutama untuk wajah

- Berusaha menjadi perusahaan industri kosmetik yang selalu kompetitif dan berkembang secara berkelanjutan.
- Memproduksi berbagai sediaan kosmetik yang terkait dengan kebutuhan industri dan masyarakat dengan mutu dan harga yang berdaya saing tinggi melalui pengelolaan yang profesional demi kepuasan pelanggan.

## 2.2 Struktur Organisasi

Menurut Max Weber, struktur organisasi adalah bentuk tindakan yang dilakukan secara kolektif untuk mencapai sesuatu yang spesifik. Struktur organisasi juga menggambarkan struktur dan susunan hubungan antar fungsi, bagian, atau jabatan, menunjukkan hierarki organisasi, dan berperan sebagai mekanisme untuk meningkatkan efisiensi pemanfaatan tenaga kerja dan sumber daya yang diperlukan guna meraih sasaran organisasi. Struktur organisasi mencerminkan strategi bisnis perusahaan dan dapat berubah seiring perkembangan perusahaan. Manfaat dari struktur organisasi yang baik termasuk peningkatan koordinasi, pengelolaan sumber daya yang lebih efektif, dan peningkatan efisiensi operasional.



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT. Usaha Mandiri Makmur

Penjelasan untuk struktur organisasi diatas adalah sebagai berikut :

#### 1. Komisaris Utama

Komisaris Utama dalam suatu perusahaan adalah figur kunci yang menduduki posisi puncak dalam struktur kepemimpinan dan pengawasan perusahaan. Merujuk pada UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, komisaris adalah organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum sesuai dengan anggaran dasar serta menjadi penasihat utama bagi Direksi Eksekutif atau Dewan Direksi, memberikan wawasan dan pandangan strategis yang mendukung pencapaian tujuan perusahaan. Komisaris Utama juga memiliki tanggung jawab untuk memastikan kepatuhan perusahaan terhadap hukum dan standar etika yang berlaku, menjaga hubungan yang kuat dengan pemegang saham, serta terlibat dalam proses pemilihan dan evaluasi anggota Dewan Komisaris. Dalam situasi krisis, komisaris utama dapat memainkan peran kunci dalam manajemen krisis dan membuat keputusan strategis yang diperlukan.

#### 2. Direktur Utama

Berdasarkan Pasal 1 angka (8) Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas ("UUPT") secara langsung mendefinisikan atau memberikan pengertian mengenai "Direktur Utama" yaitu eksekutif tertinggi di perusahaan dan bertanggung jawab atas pengelolaan operasional sehari-hari serta implementasi kebijakan strategis yang ditetapkan oleh dewan direksi atau pemegang saham. Secara umum, tugas-tugas seorang direktur mencakup:

1. Mengelola bisnis dan menyusun strategi bisnis yang memengaruhi arah dan tujuan jangka panjang untuk kemajuan perusahaan.
2. Mengevaluasi performa karyawan di perusahaan untuk meningkatkan atau mempertahankan kualitas kinerja mereka secara keseluruhan.
3. Memberikan laporan kinerja dan menjelaskan kebijakan perusahaan untuk memastikan transparansi dan kepercayaan kepada para pemegang saham.
4. Menyetujui anggaran belanja bulanan perusahaan.

Selain dari tugas umum seorang direktur seperti yang sudah dijelaskan di atas,

seorang direktur juga memiliki tanggung jawab dan wewenang yang harus dilakukan antara lain sebagai berikut :

1. Melakukan pemantauan dan evaluasi, termasuk pencapaian target keuangan dan non-keuangan, serta mengambil tindakan responsif terhadap penyimpangan dari target yang telah ditetapkan.
2. Menjamin perusahaan menjalankan tanggung jawab sosial dan memperhatikan kepentingan para pemangku kepentingan sesuai dengan ketentuan dan regulasi yang berlaku.
3. Memimpin dan bertanggung jawab menjalankan perusahaan.
4. Menyusun struktur organisasi perusahaan secara komprehensif dengan rincian tugas, tanggung jawab, dan wewenang manajemen di setiap tingkatan.

### 3. HR & GA

HR (Human Resources) dan GA (General Affairs) adalah dua fungsi yang berbedadalam konteks manajemen sumber daya manusia dan administrasi umum dalam sebuah organisasi. HR adalah fungsi yang berkaitan dengan manajemen dan pengelolaan sumber daya manusia di dalam organisasi. Ini mencakup kebijakan dan praktik-praktik terkait dengan rekrutmen, pengembangan karyawan, manajemen kinerja, kompensasi, kebijakan karyawan, dan hubungan industrial. Tanggung jawab umum seorang HR yaitu, Rekrutmen dan Seleksi Karyawan, Pelatihan dan Pengembangan Karyawan. Sedangkan GA (General Affairs) adalah fungsi yang terkait dengan administrasi umum dan pengelolaan fasilitas di dalam organisasi. Ini mencakup berbagai aspek termasuk administrasi kantor, keamanan, kesehatan dan keselamatan kerja, perjalanan dinas, pengelolaan fasilitas, dan dukungan administratif umum. Tanggung jawab umum seorang GA yaitu, Manajemen Fasilitas dan Keamanan Kantor, Pengelolaan Inventaris dan Persediaan Kantor, Kesehatan dan Keselamatan Kerja.

### 4. Direktur Keuangan

Direktur Keuangan adalah eksekutif senior yang memimpin dan mengelola fungsi

keuangan perusahaan. Direktur keuangan berkontribusi pada perumusan kebijakan keuangan, perencanaan strategis, dan pengambilan keputusan berbasis data untuk mencapai tujuan keuangan perusahaan. Di bawah Direktur Keuangan, struktur organisasi keuangan melibatkan beberapa departemen dan fungsi yang bekerja sama untuk mencapai tujuan keuangan perusahaan. Dalam susunan struktur organisasi pada perusahaan PT.Usaha Mandiri Makmur ini ada departemen accounting & tax, dan finance.

- Accounting & Tax

Organisasi profesi yang menghimpun para akuntan di Indonesia ini didirikan pada tanggal 23 Desember 1957. Organisasi yang dikenal sebagai Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) tersebut berdiri atas inisiatif lima individu akuntan berkebangsaan Indonesia. Pada tahun 1994, Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) mengambil langkah signifikan dengan mengadopsi pernyataan dari Komite Standar Akuntansi Internasional (IASB) sebagai dasar referensi bagi Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang diterapkan di Indonesia. Perkembangan lebih lanjut terjadiketika IAI terus menerus menyesuaikan dan menyempurnakan SAK sesuai dengan tuntutan serta dinamika yang berkembang dalam praktikbisnis dan profesi akuntansi. Integritas dan keberlanjutan SAK menjadi fokus utama dalam menjawab tantangan yang muncul seiring dengan evolusi bisnis dan perkembangan profesi akuntansi di tanah air. Sementara itu, pajak di Indonesia dimulai pada masa penjajahan Belanda di mana pajak dikenakan pada masyarakat pribumi dan digunakan untuk membiayai kepentingan kolonial. Setelah Indonesia merdeka, pemerintah mulai mengatur sistem perpajakan dan membentuk Direktorat Jenderal Pajak pada tahun 1946. Pertumbuhan perusahaan-perusahaan baru baik yang didirikan dengan merujuk padakerangka undang-undang atau yang tidak terkait dengannya adalah sebagai hasil dari perbaikan iklim investasi di Indonesia dan telah menimbulkan peningkatan signifikan dalam permintaan akan profesional akuntansi. Akuntansi, sebagai praktik bisnis mewakili kegiatan pengukuran, pencatatan, dan pelaporan transaksi finansial suatu organisasi. Tujuan esensial dari praktik akuntansi adalah menyediakan informasi yang akurat dan relevan kepada pihak-pihak yang memiliki kepentingan, seperti pemilik, manajemen, investor, dan pihak luar, dengan tujuan mendukung proses pengambilan keputusan yang optimal. Dalam cakupannya, akuntansi melibatkan penyusunan laporan keuangan komprehensif,

seperti neraca, laporan laba rugi, dan laporan arus kas, yang merinci gambaran menyeluruh mengenai kondisi keuangan dan kinerja suatu perusahaan.

**Tabel 2. 1 Uraian Pekerjaan Accounting dan Tax**

No	Uraian Pekerjaan
1.	Melakukan pencatatan dan pembukuan seluruh transaksi yang terjadi di perusahaan.
2.	Membuat pembukuan dari transaksi keuangan perusahaan dan membuat laporan keuangan perusahaan.
3.	Menyusun laporan mengenai perjakan perusahaan, mulai dari pelaporan SPT Bulanan, SPT Tahunan perusahaan dan SPT Tahunan seluruh direksi Perusahaan.
4.	Melakukan rekonsiliasi dan penyesuaian data finansial terkait dengan pengeluaran perusahaan yang mengacu pada buku kas, buku bank, atau mutasi rekening bank.

- Finance

Bidang keuangan, atau finance, merupakan disiplin ilmu yang berkaitan dengan manajemen dana dan proses efektif dalam memperoleh sumber daya keuangan yang berdampak pada operasional setiap entitas bisnis. Keuangan senantiasa terhubung dengan pengawasan, manajemen arus kas, administrasi modal, sektor perbankan, pengaturan kredit, investasi, serta pengelolaan aset dan liabilitas yang membentuk kerangka kerja sistem keuangan. Seorang praktisi keuangan bertanggung jawab secara langsung untuk mengelola dan menyimpan aset finansial perusahaan baik dalam bentuk mata uang tunai maupun simpanan giro. Terdapat beberapa unsur dalam finance accounting diantaranya yaitu :

1. Aset

Menurut Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 16 Aset adalah suatu entitas yang berwujud atau tidak berwujud yang diharapkan memberikan keuntungan ekonomi di masa depan.

Terdapat dua jenis aset yaitu aset lancar dan aset tidak lancar.

- Aset lancar yaitu aset yang paling mudah untuk diubah menjadi uang tunai. Contohnya seperti uang tunai/ kas dan Bank, Surat berharga, piutang, persediaan, Biaya dibayar dimuka.

- Aset tidak lancar yaitu aset yang tidak dapat langsung dicairkan menjadi uang tunai. Ada tiga macam aset tidak lancar diantaranya aset tetap, aset berwujud seperti Tanah, bangunan, mesin, dan peralatan yang digunakan dalam kegiatan operasional. dan investasi jangka panjang.

## 2. Liabilitas

Menurut Kerangka Konseptual IFRS (International Financial Reporting Standards) sebagaimana dijelaskan dalam PSAK 57, liabilitas merujuk pada kewajiban suatu entitas perusahaan pada saat ini yang timbul dari peristiwa masa lalu. Kewajiban ini diperkirakan memerlukan pengeluaran sumber daya perusahaan untuk memenuhi komitmen tersebut dan mendapatkan manfaat ekonomi. Dengan ungkapan lain, liabilitas menggambarkan tanggung jawab atau utang yang terkait dengan aset yang dimiliki oleh entitas bisnis tersebut.

## 3. Ekuitas

Menurut ketentuan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK No. 21), ekuitas merujuk pada bagian hak pemilik dalam perusahaan, yang didefinisikan sebagai selisih antara aset dan kewajiban perusahaan. Dengan demikian, ekuitas tidak dianggap sebagai parameter dalam menilai nilai jual perusahaan.

Contoh ekuitas berdasarkan akun-akunnya yaitu : Saham Biasa, Saham Preferen, Saham Treasury.

## 4. Pendapatan

Menurut Prinsip Standar Akuntansi Keuangan (PSAK No. 23) mengenai aspek pendapatan, pendapatan merujuk pada aliran masuk bruto manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas rutin suatu entitas selama suatu periode, asalkan aliran masuk tersebut menyebabkan peningkatan ekuitas yang tidak bersumber dari kontribusi investor. Jenis-jenis pendapatan melibatkan penjualan barang, penjualan jasa, penerimaan bunga, royalti, dan dividen.

## 5. Biaya

Menurut norma akuntansi keuangan sebagaimana diatur dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 16, biaya diartikan sebagai keseluruhan pengorbanan sumber daya yang diperlukan oleh perusahaan



selama proses produksi. Pengelompokan biaya dapat dilakukan dalam dua kategori utama, yakni biaya variabel dan biaya tetap. Biaya variabel merupakan pengeluaran yang jumlahnya berkorelasi positif dengan peningkatan aktivitas perusahaan, dan berkurang seiring dengan penurunan aktivitas perusahaan.

**Tabel 2. 2 Uraian Pekerjaan Staff Finance**

No	Uraian Pekerjaan
1.	Membuat tagihan invoice customer setiap bulannya sesuai dengan orderan yang telah dilakukan
2.	Mengelola kas kecil dan memproses kas bon atau reimburse transportasi supir apabila telah melakukan perjalanan pengiriman barang orderan customer. Reimbursement harus lengkap disertai dengan bukti pendukungnya, jika tidak melengkapi bukti pendukung maka reimbursement tidak diterima
3.	Memfollow up tagihan kepada customer apabila tagihan akan mendekati masa jatuh tempo
4.	Mencatat semua transaksi keluaran dan masukan ke dalam program yang sudah disiapkan oleh perusahaan
5.	Mencatat dan melaporkan Tagihan dari Vendor kepada manager untuk dapat dilakukan pembayaran
6.	Memonitor saldo dan mutasi kas bank
7.	Membuat laporan pendapatan dan pengeluaran perusahaan

#### 5. Production Departemen

Bagian produksi, sebagai unsur organisasional yang signifikan dalam struktur perusahaan, menjadi entitas yang secara tegas terlibat dalam pelaksanaan proses produksi barang. Tanggung jawabnya melibatkan transformasi bahan mentah dan komponen menjadi produk jadi yang siap diperdagangkan dan didistribusikan kepada pelanggan. Melalui inisiatifnya, bagian produksi memberikan nilai tambah yang substansial dalam seluruh rangkaian kegiatan produksi. Tidak hanya berdiri sendiri, departemen produksi turut terkait erat dengan berbagai departemen lainnya, seperti departemen pembelian yang mengelola aspek pengadaan bahan baku, departemen QC yang menangani

kontrol kualitas, dan departemen PPIC yang mengatur perencanaan dan pengendalian produksi secara menyeluruh. Keterhubungan ini menciptakan sinergi antardepartemen, mendukung integritas proses produksi, dan menyelaraskan berbagai aspek operasional untuk mencapai efisiensi maksimal.

- **Purchasing Departmen**  
 Departemen purchasing adalah bagian dari perusahaan yang bertanggung jawab atas proses pembelian barang atau jasa yang diperlukan oleh perusahaan. Departemen ini memiliki peran penting dalam memastikan bahwa kebutuhan perusahaan akan barang atau jasa tertentu terpenuhi dengan efisien dan efektif. Skill yang dibutuhkan untuk bekerja di departemen purchasing meliputi kemampuan komunikasi yang baik, pemahaman tentang perpajakan, ketekunan, kemampuan membangun hubungan, negosiasi, dan integritas.

**Tabel 2. 3 Uraian Pekerjaan Purchasing/Praktikan**

No	Uraian Pekerjaan
1.	Membuat dan mengirimkan dokumen pemesanan atau Purchase Order (PO) ke supplier.
2.	Melacak pengiriman dan memeriksa kualitas barang atau jasa sesuai dengan kontrak yang telah disepakati di awal.
3.	Menyimpan semua dokumen terkait pengadaan.
4.	Berkoordinasi dengan tim gudang untuk penyimpanan barang pesanan.
5.	Berkoordinasi dengan bagian keuangan untuk melakukan pembayaran kepada supplier.
6.	Melakukan evaluasi atas proses pembelian dan kinerja supplier.

- **QC Departemen**  
 Departemen QC (Quality Control) adalah bagian dari perusahaan yang bertanggung jawab untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas yang ditetapkan oleh perusahaan. Departemen QC mempunyai tanggung jawab untuk memastikan dengan menguji dan memeriksa produk yang dibuat oleh departemen produksi. Tugas Departemen QC melibatkan memastikan bahwa produk tersebut memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Skill yang

dibutuhkan untuk bekerja di departemen QC meliputi pemahaman tentang standar kualitas, kemampuan analisis, dan kemampuan menggunakan alat pengujian dan inspeksi. Selain itu, ketelitian, kemampuan memecahkan masalah, dan kemampuan bekerja dalam tim.

**Tabel 2. 4 Uraian Pekerjaan QC**

No	Uraian Pekerjaan
1.	Melakukan pengujian dan inspeksi terhadap produk yang dihasilkan oleh departemen produksi.
2.	Memastikan bahwa produk yang dihasilkan mematuhi standar kualitas yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
3.	Membuat laporan hasil pengujian dan inspeksi produk.
4.	Berkoordinasi dengan departemen produksi untuk memperbaiki produk yang tidak memenuhi standar kualitas.

- **PPIC Departemen**

Departemen PPC (Production Planning and Control) adalah bagian dari perusahaan yang bertanggung jawab untuk menentukan dan mengatur jadwal produksi, serta mengendalikan proses produksi untuk memastikan efisiensi dan efektivitas. Departemen ini bekerja sama dengan departemen produksi dan QC untuk memverifikasi bahwa produk yang dibuat memenuhi kebutuhan dan standar kualitas yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Skill yang dibutuhkan untuk bekerja di departemen PPC meliputi kemampuan analisis, pemahaman tentang proses produksi, ketelitian, dan kemampuan memecahkan masalah.

**Tabel 2. 5 Uraian Pekerjaan PPIC**

No	Uraian Pekerjaan
1.	Membuat dan mengatur jadwal akan di mulainya proses produksi
2.	Mengendalikan proses produksi untuk memastikan efisiensi dan efektivitas.
3.	Melakukan koordinasi dengan departemen produksi dan departemen QC untuk memastikan kualitas dan efisiensi produksi.
4.	Memantau pembaruan dan penyelesaian sumber daya produksi.

## 6. R & D Departement

Departemen R&D (Research and Development) merupakan bagian dari perusahaan yang bertanggung jawab atas kegiatan penelitian dan pengembangan. Departemen ini fokus pada inovasi, penemuan, dan pengembangan produk baru atau peningkatan produk yang sudah ada. Fokus utama dari departemen ini adalah menciptakan inovasi dan meningkatkan daya saing perusahaan melalui pengembangan produk atau layanan yang unggul. Departemen R&D terlibat dalam eksplorasi ide-ide baru, pengujian konsep, dan pengembangan prototipe. Tim di dalam departemen ini bekerja sama untuk mengidentifikasi peluang baru, menjelajahi teknologi terbaru, dan merancang solusi kreatif yang dapat meningkatkan produk atau proses perusahaan. Aktivitas R&D dapat mencakup riset pasar, riset teknis, serta uji coba dan evaluasi kinerja produk baru.

## 7. Marketing Direktor

Direktur Marketing adalah individu yang bertanggung jawab atas pengembangan dan pelaksanaan strategi pemasaran perusahaan. Peran ini sangat penting dalam memperluas jaringan dan memperoleh pelanggan sebanyak-banyaknya untuk mencapai kesuksesan dan keuntungan besar bagi perusahaan. Direktur Marketing juga bertanggung jawab atas pengembangan strategi pemasaran yang sesuai dengan tujuan bisnis perusahaan. Mereka juga menyesuaikan strategi keseluruhan dengan tujuan memenuhi tujuan bisnis. Selain itu, direktur marketing juga memimpin semua kampanye pemasaran perusahaan dan mengatur strategi pemasaran yang dibutuhkan agar proses pemasaran bisa berhasil. Marketing Director juga berhubungan dengan Divisi lainnya, seperti divisi marketing, dan divisi sales.

- Marketing Division

Divisi pemasaran adalah bagian dari suatu organisasi yang bertanggung jawab untuk merancang, melaksanakan, dan mengelola strategi pemasaran yang bertujuan untuk mempromosikan produk atau layanan perusahaan. Fokus utama dari divisi ini adalah memahami pasar, mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, dan mengembangkan inisiatif pemasaran yang dapat meningkatkan citra merek dan meningkatkan penjualan. Anggota tim di dalam divisi pemasaran bekerja

untuk merancang kampanye pemasaran yang efektif, termasuk penentuan target pasar, penelitian perilaku konsumen, dan pengembangan pesan pemasaran yang menarik. Anggota tim di dalam divisi ini juga terlibat dalam pemilihan saluran distribusi yang tepat, penetapan harga yang strategis, serta pengelolaan hubungan dengan pelanggan. Melalui analisis pasar dan riset kompetitif, divisi pemasaran dapat memberikan informasi berharga kepada manajemen perusahaan untuk membuat keputusan strategis yang lebih baik. Dengan demikian, divisi pemasaran menjadi penghubung antara perusahaan dan pasar, membantu menciptakan hubungan yang positif dan membangun kesadaran merek yang kuat. Kolaborasi antara divisi pemasaran dan departemen lain seperti R&D, produksi, dan penjualan sangat penting. Dengan sinergi ini, divisi pemasaran dapat memastikan bahwa produk yang dipasarkan sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan memiliki keunggulan yang membedakannya dari pesaing.

- Sales Division

Divisi penjualan merupakan bagian integral dari suatu organisasi yang bertanggung jawab untuk mengelola dan melaksanakan kegiatan penjualan produk atau layanan perusahaan kepada pelanggan. Fokus utama dari divisi ini adalah mencapai target penjualan yang telah ditetapkan, meningkatkan pendapatan perusahaan, dan membangun hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan. Tim penjualan berperan sentral dalam memahami kebutuhan pelanggan, menyampaikan informasi produk dengan efektif, dan memastikan kepuasan pelanggan. Anggota divisi penjualan, atau sales team, terlibat dalam berbagai tahapan penjualan, mulai dari prospek dan penajakan peluang bisnis hingga penawaran, negosiasi, dan penutupan kesepakatan. Sales team harus memahami pasar dan pesaing, mengidentifikasi prospek baru, dan mengembangkan strategi penjualan yang efektif. Selain itu, sales team juga berperan dalam memberikan dukungan purna jual, menjawab pertanyaan pelanggan, dan memastikan keberlanjutan hubungan bisnis.

Divisi penjualan bekerja secara erat dengan divisi pemasaran untuk memastikan pesan dan strategi penjualan konsisten dengan upaya pemasaran perusahaan. Kolaborasi ini penting untuk menciptakan alur kerja yang efisien, mempercepat siklus penjualan, dan membangun citra merek yang konsisten di mata

pelanggan. Sales representative harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik, kemampuan mendengarkan kebutuhan pelanggan, dan kemampuan negosiasi, Sales manager, di sisi lain, bertanggung jawab untuk memimpin tim sales, mengembangkan strategi penjualan, dan mengevaluasi kinerja tim sales.

**Tabel 2. 6 Uraian Pekerjaan Sales**

No	Uraian Pekerjaan
1.	Memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.
2.	Memberikan informasi yang akurat tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan.
3.	Menjalin relasi yang solid dengan pelanggan dan mendorong terbentuknya loyalitas.
4.	menghasilkan peluang baru guna untuk meningkatkan penjualan dan pertumbuhan keseluruhan bisnis perusahaan.
5.	Merancang strategi penjualan, menetapkan tujuan, dan melakukan evaluasi kinerja serta hasil dari strategi yang diterapkan.