

BAB II

GAMBARAN UMUM CV. LAKSANA KAROSERI

2.1. Sejarah Perusahaan

Didirikan pada tahun 1967, CV. Laksana Karoseri Ungaran lebih berfokus pada kebutuhan otomotif di Semarang. Dalam tiga tahun pertama, bengkel tumbdangan pesat. Pada tahun 1970, bengkel tersebut mengalami perkembangan yang sangat pesat dan akhirnya pindah ke lokasi baru yang lebih luas. Beberapa divisi yang berhubungan dengan otomotif didirikan hingga pada 1977, Laksana pun memasuki tahap auto-manufaktur dan sekaligus pada tahun tersebut CV. Laksana Karoseri Ungaran merintis produk karoseri pertama mereka yaitu: Mitsubishi T-120 mininya.

Gambar 2.1.

Mitsubishi T-120 mini



Sumber: Google.com

Pesatnya pertumbuhan divisi auto-manufaktur membutuhkan lokasi yang jauh lebih besar. Pada tahun 1978, divisi ini dipindahkan ke Ungaran. Dengan lahan seluas

5.000 m², bus serta kendaraan komersial lainnya berkumpul. Lokasi tersebut kian berkembang di kemudian hari. Tidak terasa, luanya mencapai 70.000 m² dan akan bertambah luas.

Gambar 2.2.

Kantor Perusahaan CV. Laksana Karoseri Ungaran



Sumber: HRD CV Laksana 2020.

Beberapa inovasi yang telah dihasilkan, mengukuhkan CV. Laksana Karoseri Ungaran sebagai pembangun bus terbesar di Indonesia hingga saat ini. Kapasitas produknya mencapai 1.000 bus per-tahun. Kebutuhan pelanggan menjadi hal utama dalam pelayanan Laksana, mereka bekerja sangat memperhatikan detail sekecil apapun dalam rangka membantu meningkatkan keselamatan dan kepuasan pelanggan juga penumpang.

Saat ini, kompetisi inti Laksana adalah bus menengah dan besar. Laksana memiliki jangkauan terbesar dari produk yang memiliki bus touring, bus antar kota, bus kota dan bus pariwisata. Konsumen besar laksana meliputi operator lokal bus kota, operator bus lokal antarkota, operator bus wisatawan lokal, dan perusahaan asing seperti Schlumberger, Chevron Pasific Indonesia, Saipem Indonesia, YKK Zipper, Theiss Indonesia. Laksana juga telah memulai mengekspor bus ke wilayah Asia Pasifik sejak 2009 terus meningkat volumenya tiap tahun.

Selain itu, telah menjadi tanggung jawab besar bagi Laksana untuk menjaga dan terus meningkatkan kualitas produk yang baik sesuai dengan komitmen tersebut Lakana telah menerima beberapa sertifikasi, di antaranya : ISO 9001-2008 untuk Sistem Manajemen Mutu, ISO 14001-2014 untuk Sistem Manajemen Lingkungan, OHSAS 18001 untuk Kesehatan dan Manajemen Sistem Keamanan-Persyaratan dan juga sertifikasi Mercedes Benz untuk pembuatan dengan OH 1518 EIII (2009) dan OH 1526 EIII (2010), perkembangan tahun ke tahun di CV. Laksana Karoseri Ungaran selalu meningkat dan juga selalu memperbaiki kesalahan dalam produksi untuk selalu meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan.

2.2. Visi dan Misi CV. Laksana Karoseri

Adanya visi dan misi maka perusahaan memiliki arah dan tujuan untuk dicapai, perusahaan dapat menyatukan setiap anggota di dalamnya untuk mencapai tujuan yang sama, kebijakan dan strategi perusahaan dibuat dalam rangka mencapai visi dan misi perusahaan. Perusahaan yang baik pasti memiliki visi dan misi yang

ingin dicapai, begitu juga dengan perusahaan CV. Laksana. berikut adalah visi dan misi CV. Laksana.

Visi:

Menurut Nanus 1992, Visi adalah suatu pernyataan berisi arahan-arahan yang jelas tentang apa yang harus diperbuat organisasi di masa yang akan datang, dalam visi menyediakan target dan identifikasi peluang. Visi yang jelas dan tetap sesuai dengan kebutuhan organisasi akan mampu menumbuhkan komitmen karyawan terhadap pekerjaan dan mampu memupuk semangat kerja karyawan, rasa kebermaknaan di dalam kehidupan kerja karyawan, standar kerja yang prima menjembatani keadaan organisasi masa sekarang dan masa depan. Sama halnya seperti visi CV. Laksana Karoseri Ungaran yaitu :

Menjadi partner terbaik bagi operator bus di Asia melalui pengembangan berkesinambungan yang didorong oleh integritas, kerjasama dan inovasi. CV. Laksana Karoseri Ungaran berkomitmen untuk menjadi perusahaan yang paling maju dalam teknologi, serta produsen kelas dunia dalam industri kendaraan komersial (khususnya di industri bus). Saat ini penerapan teknologi informasi dan komunikasi memang mutlak dalam perusahaan sebagai alat bantu dalam upaya memenangkan persaingan dan meningkatkan produktivitas. Pembangunan teknologi informasi perusahaan dilakukan secara bertahap sebelum sebuah sistem holistik atau menyeluruh selesai dibangun, hal tersebut harus disesuaikan dengan kekuatan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam penerapannya, rencana strategis teknologi informasi akan senantiasa diselaraskan dengan rencana perusahaan kebutuhan

efisiensi waktu dan biaya akan menyebabkan setiap pimpinan perusahaan merasa perlu untuk menerapkan teknologi informasi dalam lingkungan kerja. Penerapan teknologi informasi dan komunikasi dapat menyebabkan perubahan pada kebiasaan kerja.

Untuk dapat mengetahui peran penting teknologi bagi perusahaan adalah dengan mengetahui keuntungan-keuntungannya, yaitu:

- a) Mengubah proses manual menjadi otomatis.
- b) Waktu yang diperlukan untuk mengerjakan suatu tugas pekerjaan menjadi lebih cepat dengan adanya teknologi.
- c) Pengambilan keputusan menjadi lebih cepat, karena dengan teknologi.
- d) Menghemat biaya untuk promosi dan pemasaran.
- e) Dengan teknologi, maka sistem akan dapat terintegrasi di semua kantor atau perusahaan.

Dalam mewujudkan visi tersebut, maka dirumuskan misi perusahaan. Misi CV. Laksana Karoseri adalah sebagai berikut :

Misi:

Menurut Wibisono (2006) misi merupakan penetapan sasaran atau tujuan perusahaan dalam jangka pendek (biasanya 1 sampai 3 tahun) dan juga merupakan cara pandang perusahaan di masa depan. Sama halnya seperti misi CV. Laksana Karoseri Ungaran yaitu :

Untuk selalu memberikan rasa aman, desain produk yang inovatif dan berkualitas dunia yang sesuai dengan berbagai kebutuhan pelanggan CV. Laksana

Karoseri mengutamakan pentingnya bekerja dekat dengan pelanggan, mengadopsi proses kerja yang terbaik di kelasnya dan menentukan fungsi komunikasi, manajemen mandiri dan kerja sama tim untuk menghasilkan produk terbaik. Kemampuan individu untuk melakukan kerjasama dengan baik dalam mencapai maksud dan tujuan tim serta para anggotanya mampu berpartisipasi di dalam tim dan memperoleh kepuasan di dalam tim tersebut, dengan ciri memiliki tujuan, memahami peran dan tugas, saling percaya dan mendukung serta bertanggungjawab dalam menjalankan tugas-tugas untuk mencapai tujuan bersama.

Dengan terteranya visi dan misi perusahaan CV. Laksana Karoseri Ungaran berharap bisa terwujudnya visi misi yang sudah di buat oleh perusahaan yaitu dengan berkomitmen untuk menjadi perusahaan yang paling maju dalam teknologi khususnya di industri bus, serta memberikan rasa aman kepada pelanggan juga menentukan fungsi komunikasi, partisipasi, manajemen mandiri dan yang paling penting bekerja sama tim untuk menghasilkan produk terbaik untuk CV. Laksana Karoseri Ungaran.

2.3.Lokasi Perusahaan

Menurut Subagyo, 2000 lokasi perusahaan adalah sebelum suatu perusahaan mendirikan pabrik, biasanya direncanakan sebaik mungkin sebab letak berpengaruh pada biaya operasi/produksi, harga jual, serta kemampuan perusahaan untuk bersaing di pasar. Lokasi perusahaan didirikan pada lokasi yang strategis berdasarkan berbagai pertimbangan yang dapat menguntungkan perusahaan. Pemilihan lokasi perusahaan yang strategis dapat mempertimbangkan beberapa faktor diantaranya kedekatan

dengan jalan raya, kedekatan dengan pasar, kedekatan dengan bahan baku, kedekatan dengan sumber daya, dan sebagainya. Berikut ini adalah lokasi perusahaan CV. Laksana Karoseri Ungaran.

Gambar 2.3.

Lokasi Perusahaan CV. Laksana Karoseri Ungaran



Sumber : <https://www.google.co.id/maps/place/Laksana/>

Nama Perusahaan : CV. Laksana Karoseri

Alamat : Jl. Raya Ungaran Km. 24, 9 Ungaran Semarang

No. Telp : (024) 6921370

Website : www.laksanabus.com

CV. Laksana yang merupakan perusahaan manufaktur memilih lokasi perusahaan berada di samping jalan raya antar kota, hal tersebut dapat mempermudah transportasi dalam rangka penerimaan dan pengiriman produk, sehingga untuk menerima bahan baku dan mengirim pesanan yang sudah jadi menjadi mudah. Pemilihan lokasi di Kabupaten Semarang juga dapat meminimalkan biaya produksi

karena UMK Kabupaten Semarang yang masih tergolong rendah dibandingkan daerah industri lainnya.

2.4. Logo Perusahaan

Logo adalah presentasi, penampakan atau penampilan visual yang akan selalu dikaitkan dengan organisasi tertentu sebagai bentuk serta bagian identitas perusahaan, (Kusrianto, 2007). Secara keseluruhan logo merupakan instrumen rasa harga diri dan nilai-nilainya mampu mewujudkan citra positif dan dapat dipercaya. Berikut logo CV. Laksana Karoseri Ungaran.

Gambar 2.4.

Logo CV. Laksana Karoseri Ungaran



Sumber: CV. Laksana Karoseri Ungaran 2020.

Logo CV. Laksana Karoseri Ungaran adalah logo perusahaan berupa lingkaran yang didalamnya ada huruf “lingkaran. Bentuk lingkaran menggambarkan konsep dinamis, modern, *hightech, elegance* yang disatukan dalam bentuk lingkaran. Tujuan dari konsep lingkaran tersebut yaitu perusahaan beserta karyawannya memiliki semangat kerja yang tinggi, sehingga dapat bergerak dengan cepat dan mudah dalam mengikuti perkembangan jaman dengan berteknologi terbaru dan meningkatkan kreativitas serta keanggunan dalam setiap produk-produk yang dihasilkan perusahaan

sedangkan huruf “L” inisial dari nama keluar lingkaran yang memiliki makna kreativitas, inovasi, semangat kerja yang tanpa batas.

Dari logo yang dimiliki oleh CV. Laksana memiliki ciri khas sendiri karena tidak memiliki kesamaan dengan logo perusahaan lain. Huruf L yang berada dalam lingkaran yang diikuti dengan kata Laksana sudah menggambarkan bahwa itu merupakan lambang perusahaan CV. Laksana, sehingga mudah diingat oleh orang yang melihatnya. Kesimpulan dari logo perusahaan CV. Laksana Karoseri Ungaran adalah agar setiap karyawan selalu memiliki semangat kerja yang tinggi dan juga memiliki kreativitas, inovasi, semangat kerja yang tanpa batas.

2.5. Produk Yang Dihasilkan

Merupakan suatu proses produksi CV. Laksana Karoseri Ungaran dimana terdapat rangkaian (pola/urutan) yang tidak dapat di ubah dalam pelaksanaan produksi yang dilakukan dari perusahaan yang bersangkutan sejak dari bahan baku sampai menjadi bahan jadi. Sifat dan ciri-cirinya yaitu :

- Produksi yang dihasilkan dalam skala besar (produktivitas massa).
- Umumnya menggunakan sistem maupun cara penyusunan berdasarkan urutan pengerjaan dari produksi yang dihasilkan.
- Mesin-mesin yang digunakan dalam proses produksi adalah mesin yang bersifat khusus.
- Karyawan tidak harus memiliki keahlian atau skill yang tinggi sebab mesin-mesinnya bersifat khusus & otomatis.
- Umumnya bahan bahan dipindahkan dari satu tempat ke tempat lain menggunakan mesin

CV. Laksana yang merupakan perusahaan manufaktur, sebuah badan usaha yang mengoperasikan mesin, peralatan dan tenaga kerja dalam suatu medium proses untuk mengubah bahan-bahan mentah menjadi barang jadi yang memiliki nilai jual. Semua proses dan tahapan yang dilakukan dalam kegiatan manufaktur dilakukan dengan mengacu pada Standar Operasional Prosedur (SOP) yang dimiliki oleh masing-masing satuan kerja. Pada awalnya CV. Laksana mengeluarkan produk sebuah mobil Mitsubishi T-120 mini, namun seiring perkembangan perusahaan, kini CV. Laksana memproduksi bus berdasarkan pesanan customers. Saat ini CV. Laksana memiliki desain-desain produk bus yang modern dan mengikuti perkembangan jaman. Selain dapat memesan desain produk yang sudah disediakan, customers juga dapat meminta permintaan khusus untuk desain bus dari desain yang sudah ada sesuai dengan kebutuhan customer, contohnya seperti bus tipe Discovery yang diubah desainnya untuk memenuhi permintaan konsumen untuk dijadikan bus BRT. Produk-produk bus CV. Laksana dipergunakan sebagai angkutan dalam kota, angkutan antar kota, bus pariwisata, dan bus kebutuhan khusus lainnya. Berikut ini merupakan produk bus yang saat ini diproduksi oleh CV. Laksana

a. All New Legacy Sky SR-1

All New Legacy Sky SR-1 merupakan model big bus yang keluar pada tahun 2013. Model bus ini merupakan pembaruan dari seri sebelumnya yaitu Legacy Sky SR-1 dengan perubahan pada desain eksteriornya yaitu pada bagian headlamp dan rearlamp, desain selendang yang diubah dimana desain yang sekarang memiliki pola busur panah terbalik atau berlawanan dari sebelumnya. Dilengkapi dengan interior

yang memiliki fitur LegaLight, yaitu fitur lampu LED di dalam interior bus dimana fitur ini tidak ada di seri sebelumnya. Kapasitas kursi maksimum yaitu 47 kursi (2-2) dan 59 kursi (2-3). Chassis yang digunakan hanya tipe rear engine atau chassis yang memiliki mesin di bagian belakang.

b. Legacy Sky SR-2

Legacy SR-2 merupakan kelanjutan dari seri Legacy Sky yang keluar pada tahun 2016. Dengan desain eksterior yang fresh dengan menggunakan model headlamp dan rearlamp terbaru yang berbeda dari buatan karoseri lain, memiliki model selendang yang seperti huruf L mirip dengan desain Logo CV. Laksana, letak pintu di depan dan di tengah bus, desain kaca samping dan belakang yang terlihat menyatu. Dari segi interior Legacy Sky SR-2 juga memiliki fitur LegaLight, dapat diberikan toilet di dalam bus, memiliki kapasitas kursi maksimum yaitu 47 kursi (2-2) dan 59 kursi (2-3). Berikut adalah desain eksterior Legacy Sky SR-2. Chassis yang digunakan yaitu chassis dengan tipe rear engine.

c. Legacy Sky SR-2 HD Prime

Legacy Sky SR-2 HD Prime dikeluarkan pada tahun 2016 untuk memasuki persaingan model bus double glass. Secara umum perbedaannya hanya terletak dari desain eksterior dimana kaca depan dipisahkan oleh sekat sehingga menjadi double glass. Selain itu, seri SR-2 HD Prime memiliki roof yang seolah-olah melayang karena pilar-pilar rangka diberi balutan cat warna hitam sehingga terlihat menyatu dengan kaca, desain ini disebut flying roof yang merupakan pertama di Indonesia, memiliki desain yang aerodinamis karena sisi muka yang mundur ke belakang

berbeda dari buatan karoseri lainnya. Dari segi interior memiliki fitur LegaLight, memiliki kapasitas kursi maksimum yaitu 47 kursi (2-2) dan 59 kursi (2-3), dan dapat diberi toilet. SR-2 HD Prime menggunakan jenis chassis rear engine low end seperti Hino RK dan Mercedes-Benz OH1526.

d. Legacy SkySR-2 XHD Prime

Legacy Sky SR-2 XHD Prime dikeluarkan pada tahun 2016 bersama dengan seri SR-2 HD Prime untuk memenuhi permintaan pasar bus double glass. Secara umum memiliki desain yang sama tetapi memiliki perbedaan pada ukuran bus, dimana SR-2 XHD Prime lebih tinggi dan lebih panjang dari seri SR-2 HD Prime. Dari segi interior juga cenderung sama dengan seri SR-2 HD Prime, namun seri SR-2 XHD Prime dapat diberi tambahan smoking room, memiliki kapasitas kursi maksimum 59 kursi, selain itu seri SR-2 XHD Prime memiliki kapasitas bagasi yang lebih besar Chassis yang digunakan yaitu rear engine premium seperti Mercedes-Benz 0500R atau Scania K360 IB Opticruise.

e. New Discovery & New Discovery BRT

New Discovery merupakan pembaruan dari seri Discovery sebelumnya, yang dikeluarkan pada tahun 2016 yang disebut dengan seri Discovery Facelift dimana terdapat pembaruan di bagian headlamp yang sudah mengadopsi teknologi LED, memiliki grill cukup lebar dibanding seri sebelumnya. Memiliki model selendang yang sederhana dengan tulisan “Discovery”. Chassis yang digunakan dapat menggunakan jenis rear engine dan front engine. Kapasitas kursi maksimum yaitu 47 kursi (2-2) dan 59 kursi (2-3), dan sudah memiliki fitur LegaLight. Selain desain bus

untuk keperluan pariwisata dan AKAP, bus Discovery juga dapat didesain untuk BRT yang digunakan sebagai transportasi dalam kota, dimana desainnya menyesuaikan dengan permintaan atau peraturan BRT.

f. All New Tourista

All New Tourista merupakan model bus medium yang dikeluarkan pada tahun 2017 sebagai pembaruan dari seri produk Tourista sebelumnya. Terdapat pembaruan besar pada sisi eksterior, dimana seri Tourista sebelumnya memiliki model seperti All New Legacy Sky SR-1 mini karena menggunakan model selendang yang sama, sedangkan New Tourista memiliki model selendang yang sederhana, desain headlamp dan rearlamp sama dengan model SR-2, memiliki desain flying roof seperti desain SR-2 double glass. Sisi interior sudah memiliki fitur LegaLight, dan memiliki kapasitas kursi maksimum 31 kursi. Chassis yang digunakan jenis front engine yang dapat menggunakan chassis dari Mitsubishi, Hino, dan Isuzu.

g. All New Nucleus

All New Nucleus merupakan produk baru yang dikeluarkan tahun 2016. Jika seri Nucleus sebelumnya merupakan seri big bus, maka seri All New Nucleus masuk dalam kategori medium bus yang digunakan untuk transportasi dalam kota. Desain yang baru ini memiliki konsep untuk bus BRT, dilengkapi pintu tengah swing ke dalam yang memang diperuntukkan bus BRT. Desain headlamp memiliki model seperti bus karoseri lain dan rearlamp tampil menarik karena berbentuk huruf C dan dipadukan lampu sign ditengahnya, dan pada bagian bawah terdapat penanda mundur berbentuk bulat. Sisi samping dibuat sederhana dengan hanya bertuliskan Nucleus

pada selendang yang kecil. Bagian interior bus memiliki fitur LegaLight, memiliki kapasitas kursi 31 kursi (2-2). Desain All New Nucleus dapat diaplikasikan pada hampir semua chassis bus medium dari Mitsubishi Fuso FE 84, Hino FB 130 dan Isuzu NQR 71.

h. New Cityline 2

Sama seperti seri All New Nucleus, New Cityline 2 juga memiliki desain yang digunakan sebagai BRT. New Cityline 2 merupakan jenis BRT Low floor entry atau berlantai rendah pertama di Indonesia sehingga dapat memudahkan penumpang masuk tanpa harus menggunakan halte BRT yang tinggi. Menggunakan pintu tengah swing ke dalam, desain selendang sederhana dengan tulisan New Cityline 2, dilengkapi dengan GPS, memiliki fitur LegaLight, memiliki kapasitas kursi 25 kursi duduk dan 55 untuk penumpang berdiri. Chassis yang dapat menggunakan chassis dari Mercedes-Benz O 500 U 1726 atau Scania OC09 106 Selain low floor entry, New Cityline 2 dapat disesuaikan untuk high floor entry. Produk bus yang laris di pasaran yaitu produk seri Legacy Sky SR-1 dan Legacy Sky SR-2 yang sering digunakan sebagai bus pariwisata dan bus antar kota antar provinsi. Kemudian pada tahun 2017 ketika CV. Laksana mengeluarkan seri baru dari Legacy Sky SR-2 yaitu HD Prime, dan XHD Prime sekarang ini sudah memiliki banyak pesanan dari berbagai PO untuk digunakan sebagai bus pariwisata dan bus antar kota antar provinsi mengikuti tren bus doubleglass high deck. Selanjutnya proyek bus kota juga memiliki konsumennya sendiri dengan kerja sama dengan pemerintah daerah untuk memproduksi bus kota untuk digunakan sebagai BRT seperti di Semarang, Jogja, dan

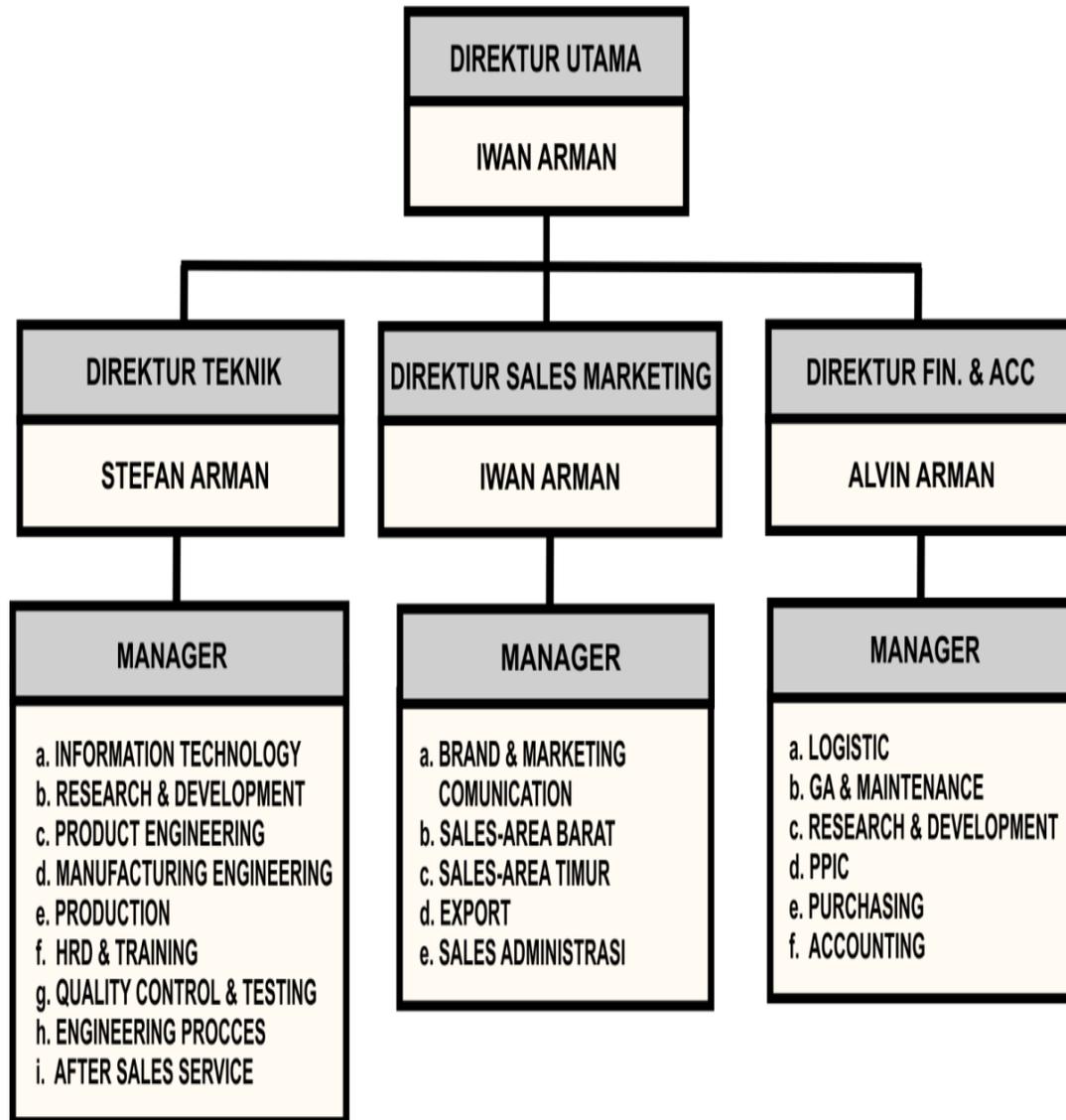
Jakarta dengan menggunakan produk bus All New Nucleus, City Line, dan Discovery yang dimodifikasi agar sesuai untuk digunakan sebagai BRT.

2.6. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan sesuatu yang menggambarkan tipe organisasi, kedudukan dan jenis wewenang, bidang dan hubungan, garis perintah dan tanggung jawab, serta rentang kendali dan sistem pimpinan organisasi, (Hasibuan, 2004). Struktur organisasi merupakan susunan komponen-komponen (unit-unit kerja) dalam organisasi struktur organisasi menunjukkan adanya pembagian kerja dan menunjukkan bagaimana fungsi-fungsi atau kegiatan-kegiatan yang berbeda-beda tersebut diintegrasikan (koordinasi). Selain dari pada itu struktur organisasi juga menunjukkan spesialisasi-spesialisasi pekerjaan, saluran perintah dan penyampaian laporan. Berikut adalah struktur organisasi yang ada pada CV. Laksana Karoseri Ungaran pada tahun 2020.

Gambar 2.5.

Struktur Organisasi CV. Laksana Karoseri Ungaran Tahun 2020.



Sumber: CV. Laksana Karoseri Ungaran tahun 2020.

Dilihat dari bentuk struktur organisasi pada CV. Laksana Karoseri Ungaran maka dapat dikategorikan menggunakan bentuk struktur organisasi lini yaitu bentuk organisasi dimana pelimpahan wewenang langsung secara vertikal dan sepenuhnya

dari pimpinan terhadap bawahannya. Struktur organisasi yang dibentuk oleh CV. Laksana yaitu pimpinan memiliki kebijakan dan wewenang kepada bawahan yang sesuai dengan tugas dan tanggung jawab masing-masing. Pimpinan tertinggi yaitu Direktur utama yang tugasnya dibantu oleh Direktur Teknik, Direktur Marketing, dan Direktur Finance & Accounting dalam rangka menjalankan perusahaan. Masing-masing Direktur memiliki bawahan manajer yang tugasnya membantu tugas direktur sesuai dengan tugas dan wewenang masing-masing manajer.

1. Direktur Utama

Berikut detail *job desk* yang harus dilakukan oleh Direktur Utama sebuah perusahaan:

- a. Menyusun strategi untuk mengarahkan bisnis menjadi lebih maju.
- b. Mengorganisasi visi dan misi perusahaan secara keseluruhan.
- c. Memimpin meeting rutin dengan para pemimpin senior perusahaan.
- d. Menunjuk orang untuk memimpin divisi tertentu dan mengawasi pekerjaannya.
- e. Menyampaikan laporan kepada pemegang saham atas kinerja perusahaan.

Tugas direktur utama memang sangat berat karena direktur utama merupakan jenjang atau jabatan tertinggi dalam perusahaan. Ia harus piawai dalam mengambil keputusan yang terkait dengan perkembangan perusahaan sekaligus mengelola sumber daya yang tersedia. Direktur Utama merupakan posisi tertinggi pada perusahaan yang bertugas untuk bertanggung jawab penuh atas seluruh jalannya

kegiatan perusahaan dan penentu kebijakan yang akan diberlakukan. Di CV. Laksana Direktur utama sekaligus pemilik perusahaan CV. Laksana yang dalam bertugas dibantu oleh Direktur Marketing, Direktur Teknik dan Direktur Finance & Accuntance dalam mengelola jalannya seluruh kegiatan perusahaan.

2. Direktur Marketing

Berikut detail *job desk* yang harus dilakukan oleh Direktur Marketing sebuah perusahaan:

- Melakukan kolaborasi dengan tim bisnis perusahaan untuk mendiskusikan berbagai strategi dalam pengembangan dan penerapan sistem marketing.
- Mengawasi dan mengembangkan kapasitas departemen marketing, harus bertahap dan konsisten dalam mengidentifikasi peluang pendapatan yang dihasilkan dari para klien.
- Mengidentifikasi dan membuat jadwal kerja jangka pendek dan jangka panjang.
- Membuat anggaran dan kebutuhan sumber daya, termasuk pengembangan dan pengelolaan anggaran tahunan, seperti proyeksi laba/rugi, pengeluaran dan pertimbangan keuangan lainnya.
- Memahami matriks kerja pemasaran dan alat pelacakan untuk memfasilitasi penelitian pasar, dan memprediksi serta menganalisis pasar, yang terpenting yakni mampu memahami tren konsumen.

Direktur Marketing merupakan seseorang yang bertanggung jawab pada operasi pemasaran secara keseluruhan perusahaan, mengawasi, mengarahkan, dan mengkoordinasi bagian-bagian yang menjadi tanggung jawab dari Direktur

Marketing, dan menyetujui atau menolak program kerja dari divisi kerja dibawahnya. Dalam hal ini, Direktur Marketing bertanggung jawab langsung kepada Direktur Utama selaku yang memegang posisi tertinggi perusahaan. Dalam struktur organisasi, Direktur Marketing dibantu oleh Manager Sales Area 1 dan Area 2, Manajer Brand & Marketing Communication, dan Manajer Marketing

a. Manajer Sales Area

Berikut detail *job desk* yang harus dilakukan oleh manajer sales area sebuah perusahaan:

- a. Membuka Pasar Baru
- b. Melakukan Pengenalan Produk Terhadap Konsumen
- c. Menjual Produk Dan Mencapai Target Penjualan Yang Ditentukan
- d. Menjaga Hubungan Baik Dengan Konsumen
- e. Menjaga Reputasi dan Nama Baik Perusahaan

Memimpin timnya di penjualan sekaligus memotivasi mereka untuk selalu berkinerja tinggi hingga menghasilkan pencapaian yang diharapkan dengan memenuhi kebutuhan pelanggan, Manajer Sales Area merupakan seseorang yang membantu tugas Direktur Marketing untuk memimpin Departemen Sales & Marketing. Manajer Sales Area bertugas untuk membantu Direktur Marketing untuk mengatur terlaksananya kegiatan seluruh bagian-bagian Departemen Sales & Marketing, atas persetujuan Direktur Sales & Marketing membuat program-program kerja Departemen Sales & Marketing, memberikan arahan kepada bawahan agar dapat bekerja sesuai prosedur dan target yang diterapkan, menjaga dan mengamankan

dokumen kerja. Departemen Sales & Marketing dari penyalahgunaan dan penyimpangan oleh pihak institusi luar maupun individu-individu yang tidak bertanggung jawab, bertanggung jawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen di Departemen Sales & Marketing. menjaga dan mengamankan dokumen kerja Departemen Sales & Marketing dari penyalahgunaan dan penyimpangan oleh pihak institusi luar maupun individu-individu yang tidak bertanggung jawab, bertanggung jawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen di Departemen Sales & Marketing.

b. Manajer Brand & Marketing Communication

Manajer Brand & Marketing Communication merupakan seseorang yang membantu tugas Direktur Marketing untuk memimpin Departemen Brand & Marketing Communication untuk menyelesaikan tujuan sales dan pemasaran dengan merencanakan, mengembangkan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi periklanan, perdagangan, dan program promosi perdagangan. Mengembangkan rencana bidang penjualan, membuat sales *compensation* plan untuk mencapai objective dari perusahaan, meneruskan hubungan dengan *key accounts* dengan membuat kunjungan periodik, menyelidiki kebutuhan spesifik dan mengantisipasi kesempatan baru, 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. Bertemu dengan bagian pemasaran dan penjualan dengan meramalkan keperluan/syarat; menyiapkan anggaran tahunan, menjadwalkan belanja, menganalisis

perbedaan, memulai tindakan yang perlu dikoreksi. menjaga dan mengamankan dokumen kerja Departemen Brand & Marketing Communication dari penyalahgunaan dan penyimpangan oleh pihak institusi luar maupun individu-individu yang tidak bertanggung jawab, bertanggung jawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen di Departemen Brand & Marketing Communication.

c. Manajer Marketing

Manajer Marketing merupakan seseorang yang membantu tugas Direktur Marketing memimpin Departemen Marketing yang memiliki tugas membantu Direktur Marketing untuk mengatur terlaksananya kegiatan seluruh bagian-bagian Departemen Marketing sesuai program kerja, atas persetujuan Direktur Sales & Marketing membuat program kerja. Memberikan arahan kepada bawahan agar bekerja sesuai dengan prosedur dan target yang ditetapkan. menjaga dan mengamankan dokumen kerja Departemen Marketing dari penyalahgunaan dan penyimpangan oleh pihak institusi luar maupun individu-individu yang tidak bertanggung jawab, bertanggung jawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen di Departemen Marketing.

3. Direktur Teknik

Direktur Teknik memiliki tugas untuk mengelola kegiatan operasi di CV. Laksana dengan bantuan dari divisi-divisi kerja di bawahnya. Merencanakan, mengawasi, mengecek, kegiatan operasional di perusahaan, menyetujui dan menolak program-program kerja dari divisi kerja dibawahnya, dan bertanggung jawab kepada

Direktur Utama selaku posisi tertinggi dalam perusahaan. Dalam struktur organisasi, Direktur Teknik dibantu beberapa manajer diantara Manajer HRD & Training, Manajer IT, Manajer Produk Engineering, Manajer Produksi, Manajer QC & Testing, Manajer R&D, Manajer Proses Engineering, Manajer After Sales Service.

a. Manajer *Information Technology* (IT)

Manajer IT merupakan seseorang yang membantu tugas Direktur Teknik untuk memimpin Departemen IT dalam mengatur terlaksananya kegiatan seluruh bagian-bagian di Departemen IT sesuai program kerja dan atas persetujuan Direktur Teknik, mengontrol bawahan dalam melaksanakan program kerja. Mengembangkan Departemen IT sejalan dengan visi dan misi perusahaan, memastikan proses pengembangan IT sesuai dengan kebutuhan perusahaan. menjaga dan mengamankan dokumen kerja Departemen IT dari penyalahgunaan dan penyimpangan oleh pihak institusi luar maupun individu-individu yang tidak bertanggung jawab, bertanggung jawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen di Departemen IT.

b. Manajer *Product Engineering*

Manajer Product Engineering merupakan seseorang membantu tugas Direktur Teknik untuk memimpin Departemen Product Engineering yang bertugas untuk membuat dan menyusun program kerja Departemen Product Engineering atas persetujuan Direktur Teknik, Mengatur terlaksananya program kerja Departemen Product Engineering sesuai program kerja dan jadwal Engineering dari Direktur Teknik, bersama dengan Direktur Tehnik menentukan design produk baru atau revisi

design secara keseluruhan, membantu *supervisor engineering* dalam melakukan evaluasi SDM (terutama Drafter) dari masing-masing tim *Engineering* sesuai dengan beban pekerjaan di suatu periode, menentukan *strategy* pengembangan produk jangka menengah (*Class A, B dan C*), memastikan proses pengembangan produk dari tiap tim *engineering* dapat dilakukan dengan lancar dan benar, menyetujui atau tidaknya suatu usulan atau proposal design atau revisi design yang dilakukan di semua produk. menjaga dan mengamankan dokumen kerja Departemen Product Engineering dari penyalahgunaan dan penyimpangan oleh pihak institusi luar maupun individu-individu yang tidak bertanggung jawab, bertanggung jawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen di Departemen Product Engineering.

c. Manajer Research & Development (R&D)

Manajer R&D merupakan seseorang yang membantu tugas Direktur Teknik untuk memimpin Departemen R&D yang memiliki tugas membuat dan menyusun program kerja atas sepengetahuan Direktur Teknik, mengatur terlaksananya seluruh program kerja dari Direktur Teknik, Manajer R&D bersama Direktur Teknik menentukan desain produk baru atau revisi desain secara keseluruhan, membantu Supervisor dalam melakukan evaluasi SDM dari masing-masing tim R&D sesuai dengan beban pekerjaan di suatu periode, menentukan strategi pengembangan produk baru, menjaga dan mengamankan dokumen kerja Departemen R&D dari penyalahgunaan dan penyimpangan oleh pihak institusi luar maupun individu-individu yang tidak bertanggung jawab, bertanggung jawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen di Departemen R&D.

d. Manajer Produksi

Manajer Produksi merupakan seseorang yang membantu tugas Direktur Teknik untuk memimpin Departemen Produksi yang terdiri dari beberapa divisi kerja, bertugas membuat dan menyusun program kerja Produksi berkaitan dengan program kerja Departemen Produksi, mengatur terlaksananya program kerja yang telah dibuat sesuai dengan jadwal Departemen Produksi dari Direktur Teknik, bertanggung jawab pada perencanaan kerja pada Departemen Produksi, memeriksa kualitas hasil kerja bawahan. menjaga dan mengamankan dokumen kerja Departemen Produksi dari penyalahgunaan dan penyimpangan oleh pihak institusi luar maupun individu-individu yang tidak bertanggung jawab, bertanggung jawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen di Departemen Produksi.

- Finishing : Proses finishing merupakan proses terakhir dari pembuatan body bus, proses ini meliputi pengecekan fungsi-fungsi elektrik dan lighting serta terdapat test kebocoran dengan Rain Test.
- Komponen : adalah proses dimana bahan baku disiapkan sesuai desain dan kemudian masuk kedalam bengkel press untuk mendapatkan bentuk sesuai desain.
- Dempul painting : Proses pendempulan bertujuan untuk meratakan permukaan body bus yang tidak rata sehingga saat proses painting, cat bisa tampak baik dan merata, dan juga proses pengecatan body bus merupakan proses yang paling penting untuk penampilan sebuah bus itu sendiri, jika proses pengecatan baik

maka bus akan terlihat mewah atau mahal karena dari pengecatan ini bentuk bus sudah mulai terlihat. Proses pengecatan biasanya melalui beberapa tahapan : epoxy line, dempul lain, sander lini, primer coating, top coating, cutting sticker line, vernis top coating, dan tahap yang terakhir poles agar proses pengecatan berlangsung lebih cepat biasanya karoseri memiliki sebuah mesin pemanas / oven agar dapat segera beralih ke proses selanjutnya.

e. Manajer *Human Resources Development & Training*

Manajer HRD & Training merupakan seseorang yang membantu tugas Direktur Teknik untuk memimpin Departemen HRD & Training yang bertugas membuat program kerja atas sepengetahuan dari Direktur Teknik. Mengatur terlaksananya program kerja yang telah dibuat sesuai dengan jadwal dari Direktur Teknik. Memberikan arahan kepada bawahan agar dapat bekerja sesuai dengan prosedur dan target yang telah ditetapkan. Memastikan bahwa seluruh karyawan di bawahnya bekerja sesuai dengan standar yang ditetapkan. Bersama Direktur Teknik menentukan kebijakan kontrak karyawan dan pengangkatan karyawan. menjaga dan mengamankan dokumen kerja Departemen HRD & Training dari penyalahgunaan dan penyimpangan oleh pihak institusi luar maupun individu-individu yang tidak bertanggung jawab, bertanggung jawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen di Departemen HRD & Training.

f. Manajer Quality Control (QC)

Manajer Quality Control merupakan seseorang yang membantu tugas Direktur Teknik memimpin Departemen Quality Control yang memiliki tugas untuk membuat

program kerja Departemen Quality Control atas sepengetahuan Direktur Teknik, mengatur terlaksananya seluruh program kerja sesuai dengan jadwal dari Direktur Teknik, memberikan arahan kepada bawahannya untuk bekerja sesuai dengan prosedur dan standar yang ditetapkan. menjaga dan mengamankan dokumen kerja Departemen Quality Control dari penyalahgunaan dan penyimpangan oleh pihak institusi luar maupun individu-individu yang tidak bertanggung jawab, bertanggung jawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen di Departemen Quality Control.

g. Manajer Process Engineering

Manajer Process Engineering merupakan seseorang yang membantu tugas Direktur Teknik memimpin Departemen Process Engineering yang memiliki tugas untuk membuat program kerja Departemen Process Engineering atas sepengetahuan Direktur Teknik, mengatur terlaksananya seluruh program kerja sesuai dengan jadwal dari Direktur Teknik, memberikan arahan kepada bawahannya untuk bekerja sesuai dengan prosedur dan standar yang ditetapkan. menjaga dan mengamankan dokumen kerja Departemen Process Engineering dari penyalahgunaan dan penyimpangan oleh pihak institusi luar maupun individu-individu yang tidak bertanggung jawab, bertanggung jawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen di Departemen Process Engineering.

h. Manajer After Sales Service

Manajer After Sales Service merupakan seseorang yang membantu tugas Direktur Teknik memimpin Departemen After Sales Service yang bertugas untuk

membuat program kerja Departemen After Sales Service atas sepengetahuan Direktur Teknik, mengatur terlaksananya seluruh program kerja sesuai dengan jadwal dari Direktur Teknik, memberikan arahan kepada bawahannya untuk bekerja sesuai dengan prosedur dan standar yang ditetapkan. menjaga dan mengamankan dokumen kerja Departemen After Sales Service dari penyalahgunaan dan penyimpangan oleh pihak institusi luar maupun individu-individu yang tidak bertanggung jawab, bertanggung jawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen di Departemen After Sales Service.

4. Direktur Finance & Accounting

Direktur Finance & Accounting memiliki tugas untuk membantu Direktur utama dalam mengelola keuangan perusahaan diantaranya yaitu merencanakan anggaran, mengontrol fungsi keuangan dan akuntansi di perusahaan, memberikan informasi keuangan secara komprehensif kepada Direktur Utama, menyetujui dan menolak program kerja dari departemen kerja dibawahnya. Direktur Finance & Accounting dalam struktur organisasi dibantu oleh Manajer Logistik, Manajer GA & Maintenance, Manajer PPIC, dan Manajer Accounting.

a. Manajer Logistik

Manajer Logistik merupakan seseorang yang membantu tugas Direktur Finance & Accounting untuk memimpin Departemen Logistik yang memiliki tugas membuat program kerja Departemen Logistik atas sepengetahuan Direktur Finance & Accounting, mengatur terlaksananya kegiatan seluruh bagian-bagian Departemen Logistik sesuai dengan program kerja, memberikan arahan kepada bawahan agar

bawahan bekerja sesuai dengan prosedur dan target yang ditetapkan, menjaga dan mengamankan dokumen kerja Departemen Logistik dari penyalahgunaan dan penyimpangan oleh pihak institusi luar maupun individu-individu yang tidak bertanggung jawab, bertanggung jawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen di Departemen Logistik.

b. Manajer General Affairs & Maintenance

Manajer General Affairs & Maintenance merupakan seseorang yang membantu tugas Direktur Finance & Accounting yang memimpin Departemen General Affairs & Maintenance yang bertugas untuk membuat dan menyusun program kerja atas sepengetahuan Direktur Finance & Accounting, mengatur terlaksananya kegiatan bagian-bagian Departemen General Affairs & Maintenance sesuai dengan program kerja, memberikan arahan kepada bawahan agar bawahan dapat bekerja sesuai dengan prosedur dan standar yang ditetapkan, menjaga dan mengamankan dokumen kerja Departemen General Affairs & Maintenance dari penyalahgunaan dan penyimpangan oleh pihak institusi luar maupun individu-individu yang tidak bertanggung jawab, bertanggung jawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen di Departemen General Affairs & Maintenance.

c. Manajer PPIC

Manajer PPIC merupakan seseorang yang membantu tugas Direktur Finance & Accounting memimpin Departemen PPIC yang bertugas untuk membuat dan menyusun program kerja atas sepengetahuan Direktur Finance & Accounting,

mengatur terlaksananya kegiatan bagian-bagian Departemen PPIC sesuai dengan program kerja, memberikan arahan kepada bawahan agar bawahan dapat bekerja sesuai dengan prosedur dan standar yang ditetapkan. Menjaga dan mengamankan dokumen kerja Departemen PPIC dari penyalahgunaan dan penyimpangan oleh pihak institusi luar maupun individu-individu yang tidak bertanggung jawab, bertanggung jawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen di Departemen PPIC

d. Manajer Purchasing

Manajer Purchasing merupakan seseorang yang membantu tugas Direktur Finance & Accounting memimpin Departemen Purchasing yang bertugas untuk membuat dan menyusun program kerja atas sepengetahuan Direktur Finance & Accounting, mengatur terlaksananya kegiatan bagian-bagian Departemen Purchasing sesuai dengan program kerja, memberikan arahan kepada bawahan agar bawahan dapat bekerja sesuai dengan prosedur dan standar yang ditetapkan. Menjaga dan mengamankan dokumen kerja Departemen Purchasing dari penyalahgunaan dan penyimpangan oleh pihak institusi luar maupun individu-individu yang tidak bertanggung jawab, bertanggung jawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen di Departemen Purchasing

e. Manajer Accounting

Manajer Accounting merupakan seseorang membantu tugas Direktur Finance & Accounting yang memimpin Departemen Accounting yang bertugas untuk membuat dan menyusun program kerja atas sepengetahuan Direktur Finance &

Accounting, mengatur terlaksananya kegiatan bagian-bagian Departemen Accounting sesuai dengan program kerja, memberikan arahan kepada bawahan agar bawahan dapat bekerja sesuai dengan prosedur dan standar yang ditetapkan. Menjaga dan mengamankan dokumen kerja Departemen Accounting dari penyalahgunaan dan penyimpangan oleh pihak institusi luar maupun individu-individu yang tidak bertanggung jawab, bertanggung jawab atas terjadinya segala penyimpangan dan kebocoran dokumen di Departemen Accounting.

2.7. Proses Produksi Karoseri Laksana

Kegiatan yang menciptakan atau menambah nilai guna barang, maka proses produksi adalah serangkaian tahap yang harus dilalui dalam memproduksi barang atau jasa. Proses pembuatan bus di CV. Laksana berdasarkan adanya pesanan, proses produksi di CV. Laksana menggunakan proses produksi terus-menerus yaitu proses produksi yang dalam pengerjaannya dari satu operasi ke operasi lain secara berurutan. Berikut ini merupakan proses produksi bus di CV. Laksana Karoseri Ungaran :

1. Stasiun 0 (Preparation)

Pada stasiun ini adalah proses yang paling awal dan paling penting karena untuk melindungi dan melepas komponen yang mudah terbakar seperti bahan dari karet dan plastik. Komponen bawaan yang harus yang harus dilepas pada stasiun ini adalah seperti baterai (accu), speedometer, roda cadangan dan lain-lain yang sekiranya berbahaya jika terkena percikan las. Selain itu, di stasiun ini juga diberi seperti bantalan atau bracket untuk pengelasan yang biasanya disebut *clam chassis*.

Fungsi dari *clam chassis* ini untuk menghindari terjadi pengelasan langsung ke bagian *chassis*.

2. Proses *Body* dan Rangka

Setelah proses di stasiun 0, maka masuklah chassis tersebut pada proses pembuatan *Body* dan rangka. Tahapan yang dilakukan dalam pembuatan rangka adalah pertama pembuatan crossmember (lantai) dan setelah itu dipasang rangka samping kanan, kiri dan atap. Setelah dipasang rangka dilanjutkan dengan pemasangan plat *Body* yang pertama dipasang adalah *Body* bagian kaan dan kiri, setelah itu pemasangan plat pada bagian lantai dan atap. Setelah pemasangan plat, maka dilanjutkan dengan pemasangan bumper depan dan bumper belakang. Tahapan terakhir dilakukan pada proses *Body* dan rangka adalah di area rektifitasi atau tempat pengecekan di tempat ini sesuai dengan namanya yaitu berfungsi sebagai tempat inspeksi dari Quality Control (QC).

3. Proses Pendempulan dan *Painting*

Setelah rangka bus dibuat, selanjutnya masuk pada proses pendempulan dan *painting* di Karoseri Laksana ini yaitu untuk memberi lapisan agar tidak terjadi korosi pada *Body* bus dan juga memberikan keindahan pada bus. Proses pendempulan dan *painting* di Karoseri Laksana tahap awal sampai akhir yaitu :

a. *Epoxy Primer*

Sebelum rangka bus di dempul, sebelumnya bus diberikan perlindungan dari serangan korosi, memperlambat/menghentikan timbulnya karat, pengaruh cuaca

udara luar kimia, dan lain-lain dengan memberikan *Epoxy Primer*. *Epoxy primer* juga memberikan ketahanan karat dan karakteristik adhesi yang baik.

b. Pendempulan

Setelah diberikan *Epoxy Primer*, rangka kemudian didempul. Dempul/*putty* adalah lapisan dasar yang dihunakan untuk mengisi bagian yang penyok dalam dan besar atau cacat-cacat pada permukaan benda kerja. dempul juga dipergunakan dengan maksud untuk memberikan bentuk darii benda kerja apabila bentuk benda kerja sulit dilakukan. Setelah mengering, dempul dapat diampelas untuk mendapatkan bentuk yang diinginkan.

c. *Epoxy Filler*

Setelah didempul, kemudian rangka diberikan Epoxy Filler. *Epoxy filler/surfacer* adalah lapisan cat (*coat*) kedua yang disemprotkan di atas primer dan dempul atau lapisan dasar (*under coat*) lainnya. *Surfacer* memiliki sifat-sifat dapat mengisi pentok kecil atau goresan, mencegah penyerapan *top coat*, meratakan *adhesi* antara *under coat* dan *top coat*.

d. *Base Coat/Cat Warna*

Setelah rangka diberi *Epoxy Filler*, kemudian rangka diberikan *Base Coat*. Tujuan pengaplikasian *base coat*/lapisan cat ketiga yang disemprotkan di atas *primer*, dempul (*putty*) dan *filler base coat* ini juga menutup lapisan pada *filler* dan juga memberikan warna dasar pada kendaraan.

e. *Stripping*

Setelah rangka diberi Base Coat, kemudian rangka diberi gambar, keindahan pada *Body* bus dan juga untuk memberikan corak pada *Body* bus, setiap bus mempunyai corak yang berbeda-beda tergantung dari permintaan pesanan.

f. *Clear Coat*

Setelah proses *Stripping*, kemudian rangka diberi *Clear Coat/gloss* yang digunakan sebagai cat pernis akhir pada pengecatan sistem dua lapis untuk memberikan daya kilap dan daya tahan gores terhadap cat warna dasar metalik.

4. Proses Interior dan *Finishing*

Setelah proses pendempulan dan pewarnaan, selanjutnya masuk pada proses *finishing*, yaitu proses pemasangan AC dan komponen elektrik interior seperti pemasangan *speedometer* dan panel-panel di dalam bus. Setelah pemasangan tersebut maka dipasanglah kaca-kaca pada seluruh bus dan lampu-lampu eksterior bus seperti pemasangan lampu atas dan lampu belakang. Selain itu, pada proses finishing juga dipasangkan jok yang diproduksi oleh divisi kerja *Frame Jok* di Karoseri Laksana.

5. *Shower Test* dan *Pre Delivey Inspection* (PDI)

Setelah proses *Finishing* selesai, selanjutnya dilakukan *Shower Test*, yaitu pekerjaan yang paling akhir dari proses pembuatan *Body* bus. Pada proses ini dicek dari kebocoran air dengan melakukan pengetesan dengan shower test, dari sini dapat dilihat bagian mana yang bocor. Jika terjadi kebocoran maka dilakukan perbaikan oleh karyawan lalu dicek kembali. Setelah itu masuk pada PDI yaitu cara

pembersihan bus dan pengecekan total dari produk yang akan rilis. Di sini juga dilakukan uji coba kendaraan pada *test track*.

2.8. Bidang Usaha CV. Laksana Karoseri Ungaran

CV. Laksana yang merupakan perusahaan manufaktur, sebuah badan usaha yang mengoperasikan mesin, peralatan dan tenaga kerja dalam suatu medium proses untuk mengubah bahan-bahan mentah menjadi barang jadi yang memiliki nilai jual. Semua proses dan tahapan yang dilakukan dalam kegiatan manufaktur dilakukan dengan mengacu pada Standar Operasional Prosedur (SOP) yang dimiliki oleh masing-masing satuan kerja.

2.9. Gambaran Identitas Responden

Data mengenai identitas responden dimaksudkan untuk mengetahui data-data yang berkaitan erat dengan responden (objek) yang diteliti. Responden yang diambil dalam penyusunan skripsi ini adalah karyawan departemen produksi CV. Laksana Karoseri yang berjumlah 245 orang yang kemudian diambil sampel 71 orang. Yang di bagi 3 yaitu departemen finishing 20 orang, departemen komponen 20 orang, dan dempul penting 31 orang. Karyawan operator Departemen Produksi semuanya memiliki jenis kelamin laki-laki dan memiliki pendidikan terakhir setingkat sarjana, SLTP atau SMP. Hal tersebut karena Departemen produksi membutuhkan banyak tenaga untuk bekerja setiap hari sehingga tidak memungkinkan diisi tenaga kerja wanita. Responden yang diteliti memiliki latar belakang yang berbeda-beda. Kemudian data-data tersebut dapat digunakan sebagai arahan dalam menganalisis data selanjutnya.

2.9.1. Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia merupakan rentang kehidupan yang dapat diukur menggunakan tahun. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, disajikan kelompok usia responden pada tabel 2.1 berikut ini :

Tabel 2. 1
Identitas Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	≤20	10	14,08
2	21-25	33	46,47
3	26-30	12	16,90
4	31-35	5	7,04
5	36-40	4	5,63
6	≥40	7	9,85
Total		71	100%

Sumber: Data primer yang di olah 2020

Berdasarkan tabel 2.1 diatas, mayoritas identitas responden CV. Laksana Karoseri Ungaran berada pada rentang umur 21 – 25 tahun yaitu sebanyak 46,47% responden. Sedangkan responden terkecil berada pada rentang umur ≥40 tahun yaitu sebanyak 9,85% responden. Oleh karena itu dapat diketahui bahwa CV. Laksana Karoseri Ungaran memiliki responden terbanyak dengan kategori umur remaja akhir hingga dewasa awal, data ini di dapat dari data perusahaan di CV. Laksana Karoseri Ungaran.

2.9.2. Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan memberikan gambaran tidak langsung mengenai sikap serta perilaku seseorang, seseorang yang memiliki tingkat pendidikan yang tinggi maka

semakin tinggi pula pengetahuannya dan pengalamannya begitu juga sebaliknya. Pendidikan terakhir merupakan tingkatan pendidikan yang telah diselesaikan oleh seseorang. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, berikut merupakan data mengenai pendidikan terakhir responden CV. Laksana Karoseri Ungaran :

Tabel 2. 2
Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Status Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SMP	5	7,04%
2	SMA	9	12,67%
3	SMK	56	78,87%
4	Diploma/Sarjana	1	1,40%
	Total	71	100%

Sumber: Data primer yang diolah 2020.

Berdasarkan tabel 2.2 diatas, dapat diketahui bahwa sebagian besar pendidikan lulus terakhir responden adalah SMK yaitu sebesar 56 responden (78,87%) dan jumlah paling sedikit adalah pendidikan terakhir pasca sarjana yaitu 1 responden (1,40%), data ini di dapat dari data perusahaan CV. Laksana Karoseri Ungaran.

2.9.3. Identitas Responden Berdasarkan Masa Kerja

Masa kerja yaitu masa kerja merupakan faktor yang berkaitan dengan lamanya seseorang bekerja di suatu tempat perusahaan tersebut. Berikut ini akan di tampilkan tabel data lama masa kerja karyawan Departemen produksi di bawah ini.

Tabel 2. 3
Identitas Responden Berdasarkan Masa Kerja Karyawan

No.	Masa Kerja	Frekuensi	Persentase
1	≤ 5 tahun	28	39,43%
2	6 tahun – 10 tahun	32	45,07%
3	11 tahun – 15 tahun	10	14,08%
4	≥ 16 tahun	1	1,40%
	Total	71	100%

Sumber: Data primer yang diolah 2020.

Berdasarkan tabel 2.3 diatas, mayoritas responden CV. Laksana Karoseri Ungaran berada pada rentang kerja 6 – 10 tahun yaitu sebanyak 45,07% responden. Sedangkan responden terkecil berada pada rentang kerja ≥ 16 tahun yaitu sebanyak 1,40% responden. Oleh karena itu dapat diketahui bahwa CV. Laksana Karoseri Ungaran memiliki responden masa kerja terbanyak dengan kategori loyal terhadap perusahaan, data ini di dapat dari data perusahaan di CV. Laksana Karoseri Ungaran tahun 2020.

2.9.4. Pendapatan Responden di Perusahaan

Gaji yang dimaksudkan di dalam penelitian ini merupakan bentuk balas jasa yang diterima oleh karyawan perusahaan yang telah memberikan sumbangan tenaga dan pikirannya dalam pencapaian tujuan perusahaan, juga bentuk pembayaran periodik dari pihak perusahaan pada karyawannya yang dinyatakan dalam suatu kontrak kerja, berikut ini disajikan tabel klasifikasi responden berdasarkan besaran gaji karyawan :

Tabel 2. 4

Karakteristik Responden Berdasarkan Gaji Karyawan

No.	Besaran Gaji	Frekuensi	Presentase
1.	≤ Rp 2.000.000 s/d Rp. 3.000.000	61	85,91
2.	>Rp 3.000.000 s/d Rp. 4.500.000	9	12,67
3.	>Rp. 4.500.000 s/d Rp. 7.000.000	1	1,42
Jumlah		71	100

Sumber : Data Perusahaan CV. Laksana 2020.

Berdasarkan tabel 2.4 diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden memiliki pendapatan sebesar Rp ≤ 2.000.000 s/d Rp3.000.000 yaitu sebanyak 61 orang (85,91%). Sementara itu responden dengan pendapatan Rp 4.600.000 – Rp 7.000.000 merupakan responden yang paling sedikit yakni sebanyak 1 orang (1,42%). Gaji CV. Laksana karoseri Ungaran termasuk UMR Kabupaten Semarang sebesar Rp. 2.218.000 (adapun grade penambahan lembur gaji karyawan CV. Laksana Karoseri Ungaran tergantung perbagian dari perusahaan)