

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan

PT Metrodata Electronics merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa teknologi informasi, yang didirikan pada tanggal 17 Februari 1983 dengan nama PT Sarana Hitech System. Nama Perusahaan diubah menjadi PT Metrodata Epsindo pada tanggal 10 Oktober 1989 yang kemudian kembali diubah menjadi PT Metrodata Electronics pada tanggal 28 Maret 1991.

Perusahaan didirikan berdasarkan akta Pendirian No. 142 tanggal 17 Februari 1983 dan akta Perubahan No. 335 tanggal 28 Juni 1983, keduanya dibuat di hadapan Kartini Muljadi, S.H., pada waktu itu Notaris di Jakarta, dan menjalankan usahanya menurut dan berdasarkan peraturan perundangan yang berlaku di Indonesia serta berkedudukan di Jakarta. Sesuai dengan keputusan Menteri Kehakiman Republik Indonesia (sekarang Menteri Hukum dan Perundang-undangan Republik Indonesia) No. C2-5165-HT.01.01. TH83 tanggal 27 Juli 1983 dan telah diumumkan dalam Tambahan No. 908, Berita Negara Republik Indonesia No. 80 tanggal 7 Oktober 1983.

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, Perusahaan yang berkantor pusat di Jakarta didukung oleh tiga kantor cabang yang berlokasi di Surabaya, Pekanbaru dan Medan, serta beberapa sentra layanan yang tersebar di Jakarta,

Bandung, Surabaya, Yogyakarta dan Medan. Sebagai salah satu perusahaan terkemuka yang bergerak di bidang teknologi informasi, Perusahaan menguasai sekitar 16,5 % pangsa pasar PC dan peripheral yang dihitung berdasarkan nilai penjualan PC dan peripheral Perusahaan di tahun 1999 senilai USD 51 juta dibandingkan dengan total pasar PC dan peripheral di Indonesia pada tahun yang sama sebesar USD 309 juta (sumber: International Data Corporation).

Dalam kegiatan usahanya, Perusahaan melakukan perjanjian untuk memasarkan produk-produk dari prinsipal berkelas dunia yaitu Compaq, Acer, IBM, Epson, Seagate, Creative Technology, 3-Com dan Sun Microsystem. Untuk memperkuat posisinya dalam industri teknologi informasi, perusahaan merencanakan untuk memperluas kegiatan usahanya ke bidang jasa internet, *e-commerce* dan jasa *internet enabling*.

Perusahaan bermaksud memperluas kegiatan usahanya ke bidang internet melalui anak perusahaannya, EMC. Rencana pengembangan usaha perusahaan di bidang ini mencakup jasa internet (jasa layanan akses internet/ISP, portal dan jasa solusi aplikasi/*application services provider*), *e-commerce* (B2B, B2C dan e-servis) serta jasa layanan *internet enabling* (*dot.COM services*).

Adapun tujuan didirikannya PT Metrodata Electronics adalah:

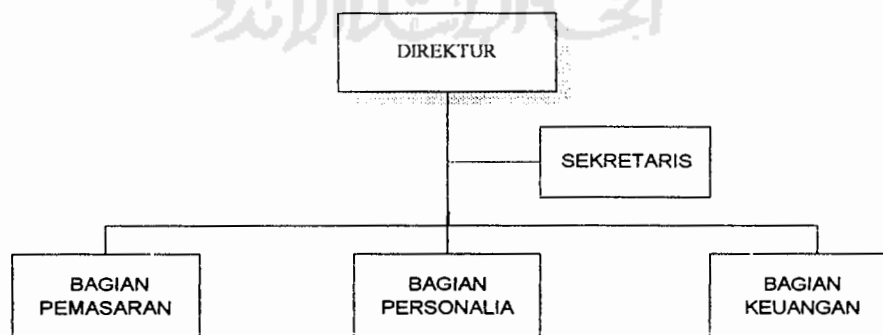
1. Untuk untuk mendapatkan keuntungan atau laba.
2. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat indonesia akan jasa di bidang teknologi informasi.

3. Menjadi penyedia jasa internet untuk menjadi pelanggan jasa internet yang ditawarkan perusahaan.

B. Struktur Organisasi Perusahaan

Agar setiap aktivitas yang ada dalam suatu perusahaan dapat berjalan dengan baik, maka diperlukan adanya pembagian tugas dan tanggung jawab serta jenjang kekuasaan yang jelas antara bagian-bagian yang ada dalam perusahaan. Struktur organisasi yang digunakan oleh perusahaan ini merupakan struktur organisasi fungsional dimana wewenang dari pucuk pimpinan dilimpahkan kepada satuan-satuan organisasi dibawahnya dalam bidang tertentu. Di dalam menjalankan usahanya agar lebih efektif dan efisien, maka setiap perusahaan membutuhkan individu-individu untuk menjalankan usaha organisasi tersebut agar tercapai apa yang menjadi tujuan perusahaan.

Adapun struktur organisasi PT Metrodata Electronics ditunjukkan dalam bagan berikut:



Adapun uraian tugas dari masing-masing bagian dalam struktur organisasi perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Direktur

- Menetapkan rencana kerja dan pelaksanaannya.
- Menetapkan kebijaksanaan perusahaan, serta sebagai pengambil keputusan.
- Mengkoordinir seluruh staf dan karyawan perusahaan.
- Memimpin setiap rapat yang diselenggarakan.

2. Sekretaris

- Mencatat hal-hal penting yang berkaitan dengan perusahaan.
- Memberikan pelayanan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan.

3. Bagian Pemasaran

- Menentukan setiap kebijaksanaan dalam bidang pemasaran.
- Mengkoordinir semua aktivitas dalam bidang pemasaran.
- Mengkoordinir semua aktivitas dalam setiap seksi yang berada di bawah tanggungjawabnya, yaitu seksi agen, iklan dan promosi, seksi riset dan seksi salesmen.
- Memonitor keadaan pasar serta produk/jasa pesaing.
- Mengusahakan agar target penjualan yang telah ditetapkan dapat tercapai.
- Memberikan laporan secara berkala kepada direktur perusahaan mengenai tingkat penjualan yang telah dicapai.

4. Bagian Keuangan

- Mengawasi anggaran penerimaan dan piutang, penjualan tunai, dan penerimaan lainnya dengan cara memeriksa dan membandingkan setiap penerimaan kas atau bank.
- Mengawasi anggaran pengeluaran kas untuk keperluan pembelian, pembayaran hutang, serta biaya-biaya lainnya.
- Memeriksa laporan harian kas besar atau kecil dan laporan rekonsiliasi bank bulanan, cash flow dan budget.
- Mengkoordinir aktivitas setiap seksi yang berada di bawah tanggungjawabnya.
- Bekerja sama dengan bagian pembukuan dalam rangka menyusun laporan keuangan perusahaan untuk disampaikan kepada direktur.

5. Bagian Personalia

- Mengkoordinir seksi-seksi yang berada di bawah tanggungjawabnya.
- Menampung dan menganalisa setiap permohonan penambahan karyawan dari bagian-bagian lain yang memerlukan untuk diajukan kepada direktur.
- Melakukan pemasangan iklan karyawan sesuai dengan kebutuhan atas persetujuan direktur.
- Melakukan penyeleksian terhadap calon karyawan.

C. Personalia

Bertugas mengawasi hal-hal yang berkaitan dengan masalah kepegawaian, seperti mengurus komposisi jumlah karyawan, sumber daya manusia, serta jaminan sosial.

1. Komposisi Jumlah Tenaga Kerja

Jumlah karyawan pada bulan Maret tahun 2000 tercatat 545 orang atau meningkat sebanyak 36 orang bila dibandingkan dengan jumlah karyawan pada bulan Desember tahun 1999 yang berjumlah 509 orang. Peningkatan ini berkaitan dengan dihapusnya kebijakan “hiring freeze” atau pembekuan penerimaan karyawan baru dan sejalan dengan pertumbuhan usaha perusahaan selama tahun 1999.

Komposisi karyawan sampai dengan bulan Maret 2000 menurut jenjang manajemen, jenjang pendidikan dan lama kerja adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Jenjang Manajemen PT. Metrodata Electronics

No	Jenjang Manajemen	Desember 1999		Maret 2000	
		Jumlah Orang	%	Jumlah Orang	%
1.	Manajemen Puncak	4	1	6	1
2.	Manajemen Madya	64	12	52	10
3.	Pelaksana/staf	441	87	487	89
	Total	509	100	545	100

Tabel 2. Jenjang Pendidikan PT. Metrodata Electronics

No	Jenjang Pendidikan	Desember 1999		Maret 2000	
		Jumlah Orang	%	Jumlah Orang	%
1.	SD	7	1	7	1
2.	SLTP	8	2	8	1
3.	SLTA	166	33	164	30
4.	Akademi/D1	21	4	21	4
5.	Akademi/D2	3	0	3	1
6.	Akademi/D3	95	19	99	18
7.	Sarjana/S1	197	39	228	42
8.	S2	11	2	14	3
9.	S3	1	0	1	0
Total		509	100	545	100

Tabel 3. Lama Kerja PT Metrodata Electronics

No	Lama Kerja	Desember 1999		Maret 2000	
		Jumlah Orang	%	Jumlah Orang	%
1.	0 - 5 tahun	373	73	406	75
2.	6 - 10 tahun	87	17	89	16
3.	11 - 15 tahun	26	5	24	4
4.	16 tahun atau lebih	23	5	26	5
Total		509	100	545	100

2. Sumber Daya Manusia

Lingkungan kerja yang nyaman ditunjang oleh adanya sistem yang kuat dalam membentuk suatu ikatan merupakan salah satu kebudayaan yang diterapkan dan dibina oleh perusahaan bagi para karyawan sejak 10 tahun yang lalu. Berdasarkan hal tersebut, perusahaan menerapkan falsafah perusahaan sebagai berikut:

- Berpartisipasi Aktif dalam Pembangunan Nasional
- Saling Percaya dan Saling Menghormati
- Berusaha Mencapai Kesempurnaan
- Mengutamakan Kepuasan Pelanggan

Khusus dalam pengelolaan sumber daya manusia, falsafah tersebut diterapkan antara lain dalam prinsip *PAY for PERFORMANCE* dan komunikasi terbuka antara pimpinan dan karyawan. Berdasarkan prinsip *PAY for PERFORMANCE*, perusahaan memberikan apresiasi atas prestasi kerja sesuai dengan tingkat prestasi kerja karyawan yang bersangkutan. Keterbukaan komunikasi antara pimpinan dengan karyawan menjadikan pelaksanaan prinsip di atas berjalan dengan ditunjang komitmen yang tinggi baik diantara manajemen ataupun para karyawan itu sendiri.

Bidang usaha TI merupakan bidang usaha jasa pelayanan yang membutuhkan sumber daya yang terampil dan kompeten untuk memenuhi kepuasan konsumen akan pelayanan yang diberikan. Manajemen perusahaan menyadari bahwa sumber daya manusia yang mempunyai loyalitas dan dedikasi tinggi merupakan aset usaha yang sangat penting dalam menunjang sukses dan majunya perusahaan. Untuk itu program pendidikan yang terpadu merupakan salah satu investasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas karyawannya.

Program ini dilakukan dalam bentuk pendidikan dan pelatihan yang diselenggarakan oleh perusahaan dan pelatihan, seminar dan lokakarya di luar perusahaan secara berkesinambungan. Program ini diharapkan dapat meningkatkan motivasi, tekad dan semangat serta kemampuan kerja setiap karyawan perusahaan sehingga mampu mengantisipasi tingginya persaingan di bidang usaha perusahaan.

Untuk meningkatkan kualitas, pengetahuan, motivasi, efektifitas dan efisiensi para karyawan, perusahaan memberikan kesempatan pada para karyawan yang terkait untuk mengikuti berbagai pelatihan, seminar, dan kursus dalam bentuk tutorial maupun pada lembaga-lembaga pendidikan TI, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Kursus Bahasa Inggris (internal dan eksternal)
- b. Program Orientasi Karyawan Baru,
- c. *Professional Service Excellent*,
- d. *Performance Management Workshop*,
- e. Pelatihan-pelatihan Kepemimpinan, dan
- f. Pelatihan-pelatihan lainnya.

3. Sistem Penerimaan Karyawan

Dalam penerimaan tenaga kerja baru pada PT Metrodata Electronics, juga melalui bagian personalia, hal ini sesuai dengan prosedur yang selama ini digunakan. Adapun metode penerimaan karyawan yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Melalui iklan atau advertising.
- b. Melalui kantor penempatan kerja.
- c. Melalui rekomendasi dari karyawan.
- d. Lembaga pendidikan dan lamaran yang masuk.

Proses penerimaan karyawan dimulai dari kebutuhan perusahaan akan tenaga kerja, yang diakibatkan perluasan usaha atau diakibatkan oleh

karyawan yang keluar (habis masa kerjanya/kontraknya) kemudian diikuti dengan adanya para pelamar pekerjaan.

Untuk mendapatkan tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan, maka perlu diadakan seleksi karyawan. Seleksi merupakan cara yang obyektif dalam memilih karyawan dan dimaksudkan untuk mendapatkan karyawan yang tepat, yang sesuai dengan kemampuan dan keahlian yang dimiliki karyawan tersebut, untuk menduduki jabatan yang tersedia. Seleksi dalam rangka perekrutan calon karyawan baru ini didasarkan pada ketentuan yang mendasar, misalnya: keahlian, pengalaman, usia dan pendidikan.

Jika calon karyawan tersebut lulus atau diterima, maka calon karyawan tersebut ditempatkan pada bidang yang sesuai dengan posisinya. Untuk tahap pertama calon karyawan ditraining terlebih dahulu selama tiga bulan, setelah itu menjalani masa percobaan selama tiga bulan, jika masa percobaan ini berhasil atau berjalan dengan baik maka dapat dilanjutkan dengan kontrak kerja atau perjanjian kerja.

4. Fasilitas dan Jaminan Sosial

Selain menerima gaji yang selalu mengikuti standar pasar tenaga kerja dan telah melebihi standar Upah Minimum Regional serta kesempatan mengikuti pendidikan dan pelatihan, perusahaan juga menyediakan berbagai fasilitas dan insentif, antara lain :

a) Fasilitas Pinjaman

- * Pinjaman untuk keperluan mendadak,
 - * Kredit lunak untuk membeli komputer/printer, dan
 - * Pinjaman lain-lain.
- b) Perusahaan memberikan Tunjangan Hari Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.
- c) Gratifikasi Tahunan diberikan berdasarkan prestasi dan kemampuan karyawan yang bersangkutan, serta hasil usaha perusahaan/kantor cabang.
- d) Program Jaminan Sosial Tenaga Kerja (Jamsostek) mencakup:
- Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK).
 - Jaminan Hari Tua (JHT).
 - Jaminan Kematian.
- e) Bantuan suka dan duka
- Sumbangan pernikahan,
 - Hadiah bagi kelahiran anak pertama,
 - Hadiah tahun baru berupa voucher belanja,
 - Perusahaan akan memberikan bantuan uang duka sehubungan dengan kematian keluarga terdekat, yang besarnya disesuaikan dengan kebijakan perusahaan.
 - Apabila karyawan meninggal dunia maka perusahaan akan memberikan kepada ahli warisnya sebagai berikut:
 - Gaji/upah karyawan pada bulan yang sedang berjalan
 - Uang duka

- Uang pisah yang besarnya berpedoman pada Peraturan Menteri Tenaga Kerja No. PER-03/MEN/1996.
 - Uang santunan Jaminan Kematian dari JAMSOSTEK sesuai dengan UU No. 3 Tahun 1992.
- f) Program asuransi kesehatan untuk membiayai karyawan bila dirawat di rumah sakit maupun untuk berobat jalan, melahirkan serta melahirkan.
- g) Perusahaan menyelenggarakan berbagai aktivitas untuk karyawan seperti olahraga, kegiatan sosial, acara keagamaan, acara keluarga dan lain-lainnya.
- h) Memberikan beasiswa pada anak yang mempunyai peringkat nilai prestasi belajar yang baik pada akhir tahun pelajaran.
- i) Program pemilikan saham bagi karyawan (*Employee Stock Program* atau ESOP)

Sampai dengan tulisan ini dibuat, karyawan perusahaan PT Metrodata Electronics belum mempunyai Serikat Pekerja Seluruh Indonesia (SPSI) dan Kesepakatan Kerja Bersama (KKB), serta dana pensiun.

D. Pemasaran

Kegiatan pemasaran selalu dilakukan oleh semua perusahaan dalam usaha untuk memasarkan produk dan jasa perusahaan, dengan harapan bahwa produk dan jasa tersebut dapat terjual sesuai dengan target yang ingin dicapai oleh perusahaan. Demikian pula halnya dengan PT Metrodata Electronics

didalam melakukan aktivitas pemasarannya agar jasa dan produk yang dihasilkannya sampai pada konsumen.

1. Daerah Pemasaran

Pada saat ini Sentra Layan Metrodata telah mencapai 12 outlet yang tersebar di beberapa kota di Indonesia (7 outlet Sentra Layan di Jabotabek, satu outlet di Surabaya, satu outlet di Yogyakarta, satu outlet di Bandung, satu outlet di Pekanbaru, dan satu outlet di Medan). Berikut ini adalah jaringan outlet Sentra Layan Metrodata:

Tabel 4. Lokasi Perusahaan PT. Metrodata Electronics

Kota	Lokasi
Jakarta	Wisma Metropolitan, Gedung Annex II Jl. Jend. Sudirman Kav. 29-31
	Duta Mas Fatmawati Blok A II No. 5-7 Jl. RS Fatmawati No. 39
	Orion Mangga Dua, Dusit Arcade Lt. Dasar No. 11 dan 15 Jl. Mangga Dua Raya
	Gajah Mada Plaza, Lt. Dasar SG-10 dan SG-70 Jl. Gajah Mada No. 19-26
	Golden Centrum Jl. Majapahit No. 26 J
	Jl. Raya Barat Bulevard Blok LC 7 Kav. 33, Kelapa gading
	Jl. Jababeka II Blok C No. 8, Kawasan Industri Jababeka Cikarang – Bekasi
Surabaya	Komplek Ruko Permata Gubeng Jl. Karimun jawa No. 25-27, Kav 1-2
Yogyakarta	Jl. Prof Dr Johannes No. 1221 A – Gondokusuman
Bandung	Jl. Naripan No. 92A
Pekan Baru	Jl. Moh. Yamin SH No. 10
Medan	Jl. H Zainudin Arifin No. 49

2. Promosi

Untuk menunjang pemasaran produk dan jasa yang ditawarkan, PT Metrodata Electronics mempromosikan produk dan jasa antara lain melalui media cetak dan kegiatan pameran produk dan jasa komputer di kota-kota besar. Di samping itu, Metrodata juga menawarkan insentif khusus bagi para pemakai produknya, yaitu antara lain dengan memberikan rabat untuk pembelian produk printer Epson.

Di samping penjualan langsung kepada konsumen, sebagian besar (mencapai kurang lebih 90%) penjualan piranti keras dilakukan melalui mitra usaha perusahaan, yaitu para penjual (*reseller*) produk TI. Pada saat ini, perusahaan mempunyai basis pelanggan retailer/distributor sejumlah 400 atau sekitar 25% dari seluruh retailer/distributor di Indonesia.

Perusahaan juga menyediakan jasa solusi TI dan pemeliharaan yang mencakup jasa konsultasi dalam strategi TI korporasi, sistem integrasi, paket solusi aplikasi, instalasi dan implementasi, pelatihan dan garansi/pemeliharaan bagi produk-produk TI-nya.

E. Data Khusus

1. Unsur-unsur Perncaanaan Strategik

Tingkat penetrasi PC di Indonesia merupakan salah satu yang terendah di dunia saat ini dengan perkiraan populasi PC sebesar 2 juta unit untuk sebuah negara dengan sekitar 210 juta penduduk. Pasar PC masih

memiliki potensi yang tinggi di Indonesia didukung oleh pulihnya investasi dan daya beli serta pertumbuhan industri internet yang pesat.

Dengan memanfaatkan pengalaman dan keahliannya di bidang teknologi informasi (TI), perusahaan bermaksud melakukan peningkatan kegiatan usahanya melalui internet. Sebagai sebuah perusahaan yang bergerak dibidang distribusi dan jasa pemeliharaan produk-produk komputer, perusahaan akan melengkapi dan mengembangkan kegiatan usahanya dengan pelayanan transaksi produk-produk perusahaan melalui internet (*e-commerce*) sehingga dapat memberikan pelayanan yang terpadu dan lebih luas bagi para *reseller* dan konsumen. Rencana pengembangan usaha perusahaan di bidang internet mencakup kegiatan usaha sebagai penyedia jasa internet yang menawarkan jasa layanan akses internet/ISP, portal dan jasa solusi aplikasi.

Kegiatan usaha di bidang *e-commerce* meliputi pelayanan transaksi yang ditujukan langsung pada konsumen (*Business to Consumer* atau B2C) dan jasa e-Servis yang menggunakan metode *remote diagnostic* atas PC pelanggan. Di samping itu, perusahaan juga akan menawarkan jasa solusi internet yang antara lain mencakup jasa pengembangan situs. Hal ini direncanakan akan didukung oleh pengembangan jaringan internet yang luas di seluruh penjuru Indonesia.

2. Perkembangan penjualan

Dalam hal penetrasi internet, IDC memperkirakan bahwa tingkat penetrasi internet di Indonesia akan meningkat menjadi 1,2% pada tahun

2004 dari 0,4% pada tahun 1999. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat keunggulan di bidang TI, yaitu sebagai salah satu perintis dan penggerak industri TI di Indonesia dengan pengalaman yang luas, pangsa pasar yang besar dalam industri distribusi komputer (PC) serta keahlian di bidang jasa solusi TI.

4. Pangsa Pasar

Perusahaan menguasai sekitar 16,5 % pangsa pasar PC dan peripheral yang dihitung berdasarkan nilai penjualan PC dan peripheral Perusahaan di tahun 1999 senilai USD 51 juta dibandingkan dengan total pasar PC dan peripheral di Indonesia pada tahun yang sama sebesar USD 309 juta (sumber: International Data Corporation).

Luasnya pangsa pasar perusahaan dalam industri PC memberikan kesempatan pada perusahaan untuk memperluas distribusi PC dan meningkatkan penjualan PC, serta hubungan langsung dengan pengguna jasa internet yang memiliki potensi untuk membeli PC. Perusahaan berkeyakinan bahwa berbagai keunggulan ini dapat memberikan peluang dan basis yang cukup kuat bagi perusahaan untuk menjadi pemain utama dalam perkembangan industri TI secara umum dan khususnya dalam bidang usaha internet di Indonesia.