

**PENYUSUNAN ANALISIS JABATAN DAN STRUKTUR
ORGANISASI BAGIAN PEMASARAN DAN PENJUALAN
PADA PT CENTRAL MANDIRI PERKASA**

PROYEK

Disusun memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen



**UNIVERSITAS
MA CHUNG**

**OLIVIA CRYSANTHY WINATA - NIM: 111910049
INGRID CHRISTIN A. PANJAITAN - NIM: 112310067**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MA CHUNG
MALANG**

2025

**PENYUSUNAN ANALISIS JABATAN DAN STRUKTUR
ORGANISASI BAGIAN PEMASARAN DAN PENJUALAN
PADA PT CENTRAL MANDIRI PERKASA**

PROYEK

Disusun memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen



**UNIVERSITAS
MA CHUNG**

OLIVIA CRYSANTHY WINATA - NIM: 111910049

INGRID CHRISTIN A. PANJAITAN - NIM: 112310067

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MA CHUNG
MALANG
2025**

HALAMAN PENGESAHAN

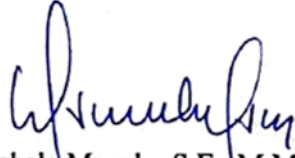
Proyek berjudul:

Penyusunan Analisis Jabatan dan Struktur Organisasi Bagian Pemasaran dan Penjualan Pada PT Central Mandiri Perkasa
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Olivia Crysanthy Winata, Ingrid Christin Angela Panjaitan
NIM : 111910049, 112310067
Program Studi : Manajemen

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung, pada tanggal 18 Juli 2025 dan memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Strata Satu (S1).

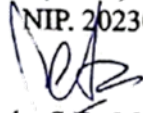
Dosen Pembimbing Utama


Sahala Manalu, S.E., M.M.
NIP. 20100023

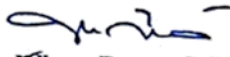
Dosen Pembimbing Pendamping


I Gusti Ngurah Agung Arya Bhakta Narayana, S.M., M.M.
NIP. 20230016

Dosen Ketua Penguji


Peter Remy Yosy Pasla, S.E., M.Bus.
NIP. 20070067

Dosen Anggota Penguji


Dr. Felix Sad Windu Wisnu Broto, S.S., M.Hum
NIP. 20140009

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Tarsisius Renald Suganda, S.E., M.Si. Ph.D., C.R.A., CIC.
NIP. 20080021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa
Proyek yang berjudul:

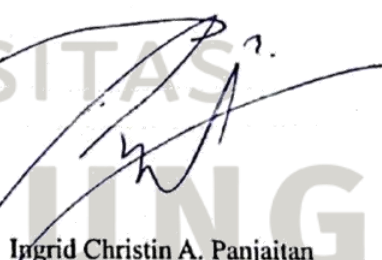
**Penyusunan Analisis Jabatan dan Struktur Organisasi Bagian Pemasaran dan
Penjualan Pada PT Central Mandiri Perkasa**

merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan karya plagiat yang sudah
dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di
universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan dengan
cara referensi sebagaimana semestinya, baik sebagian maupun seluruhnya. Semua
sumber – baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan,
saya bersedia menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku.

Malang, 29 Juli 2025


Olivia Crysanthy Winata
111910049


Ingrid Christin A. Panjaitan
112310067



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan proyek yang berjudul **“Penyusunan Analisis Jabatan dan Struktur pada Divisi Pemasaran dan Penjualan PT Central Mandiri Perkasa”** dengan baik dan tepat waktu.

Laporan ini disusun sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana S1, dan hasil dari kegiatan magang yang dilakukan. Penulis berharap hasil dari proyek ini dapat memberikan manfaat bagi Perusahaan. Penulis menyadari bahwa laporan ini tidak akan tersusun tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

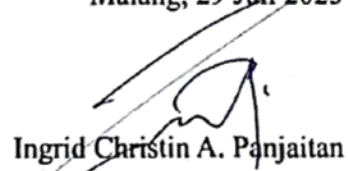
- Bapak Dr. Ir. Stefanus Yufra Menahen Taneo, MS., M.Sc sebagai Rektor Universitas Machung,
- Bapak Tarsisius Renald Suganda, S.E., M.Si. Ph.D., C.R.A., CIC. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis,
- Bapak Uki Yonda Aseptia, S.E., M.M. sebagai Kaprodi Manajemen,
- Bapak Peter Remy Yosy Pasla, S.E., M.Bus. sebagai dosen ketua penguji ujian tugas akhir,
- Bapak Dr. Felix Sad Windu Wisnu Broto, S.S., M.Hum. sebagai dosen anggota penguji ujian tugas akhir,
- Bapak Sahala Manalu, S.E., M.M. sebagai dosen pembimbing 1,
- Bapak I Gusti Ngurah Agung Arya Bhakta Narayana, S.M., M.M. sebagai dosen pembimbing 2,
- Ibu pembimbing lapangan di PT Central Mandiri Perkasa yang telah memberikan arahan dan kesempatan untuk melaksanakan proyek ini,
- Kedua orang tua yang telah membimbing hingga penyusunan proyek selesai,
- Seluruh karyawan PT Central Mandiri Perkasa yang telah membantu dan bekerja sama selama proyek berlangsung,

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan di masa yang akan datang.



Olivia Crysanthy Winata
111910049

Malang, 29 Juli 2025



Ingrid Christin A. Panjaitan
112310067

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Ma Chung, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama: Ingrid Chrisitin Angela Panjaitan

NIM:112310067

Program Studi: Manajemen

Fakultas: Ekonomi dan Bisnis

Jenis Karya: Proyek

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Ma Chung atas proyek saya yang berjudul:

PENYUSUNAN ANALISIS JABATAN DAN STRUKTUR ORGANISASI BAGIAN PEMASARAN DAN PENJUALAN PADA PT CENTRAL MANDIRI PERKASA

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Ma Chung berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengeloladalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempubliksikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebesar-besarnya.

Dibuat di: Malang
Pada Tanggal: 30 Juli 2025

Yang menyatakan,



Ingrid Christin Angela Panjaitan

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Ma Chung, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama: Olivia Crysanthy Winata

NIM: 111910049

Program Studi: Manajemen

Fakultas: Ekonomi dan Bisnis

Jenis Karya: Proyek

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Ma Chung atas proyek saya yang berjudul:

**PENYUSUNAN ANALISIS JABATAN DAN STRUKTUR ORGANISASI BAGIAN
PEMASARAN DAN PENJUALAN PADA PT CENTRAL MANDIRI PERKASA**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Ma Chung berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengeloladalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempubliksikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebesar-besarnya.

Dibuat di: Malang
Pada Tanggal: 30 Juli 2025

Yang menyatakan,



Olivia Crysanthy Winata

RINGKASAN EKSEKUTIF

Proyek pembuatan struktur organisasi serta analisis jabatan merupakan proyek tugas akhir yang direncanakan dalam menangani permasalahan terkait dengan pengelolaan SDM yang kurang tersedia. Pengelolaan SDM ini direncanakan dengan penyusunan struktur organisasi pada divisi pemasaran dan penjualan, serta analisis jabatan dari setiap jabatannya. Proyek bertujuan untuk membantu PT Central Mandiri Perkasa dalam memperbaiki sistem kerja divisi pemasaran dan penjualan, serta meningkatkan penjualan dan dikenalnya perusahaan di masyarakat dengan SDM yang berkualitas. PT Central Mandiri Perkasa merupakan perusahaan distribusi ban truk di Kalimantan Timur. Perusahaan besar dengan produk yang berkualitas di distribusikan ke setiap pembeli. Tidak adanya SDM yang sesuai, maka penjualan dan pemasaran perusahaan terganggu sehingga hasil penjualan menurun dan kurang dikenal. Kurang dikenal ini menjadikan akar masalah yang disebabkan oleh kurangnya SDM terutama pada divisi pemasaran dan penjualan, dan terjadinya *double job* masing-masing individu. Manajemen sumber daya manusia yang baik tentunya akan mempengaruhi hasil kinerja karyawan. Jika manajemen sumber daya manusia tidak sesuai pelaksanaannya, maka hasil kerja akan ikut menurun. Dalam hal ini, tentu setiap perusahaan berupaya untuk mendapatkan SDM yang berpotensi dan hasil yang berkualitas. Oleh karena itu, perusahaan harus memahami elemen-elemen apa saja yang diperlukan jika mereka ingin karyawannya memiliki kinerja yang memadai (Juliana & Komalasari, 2022). Perencanaan proyek ini dimulai dengan melakukan identifikasi permasalahan terlebih dahulu untuk menemukan akar permasalahan. Akar permasalahan ini kemudian di analisis langsung yang merupakan kurangnya sumber daya manusia yang cukup di setiap divisi, sehingga terjadinya tumpang tindih pekerjaan. Tumpang tindih pekerjaan ini menjadikan kurang efektif, dan efisien dalam pelaksanaan operasional di perusahaan. Permasalahan utama yang dihadapi perusahaan adalah pembagian tugas yang tidak jelas, tumpang tindih pekerjaan, dan koordinasi tim yang kurang optimal. Permasalahan ini masuk dalam tabel *key performance indicator* dengan parameter untuk hasil akhir proyek. Tabel yang disusun menjadi pedoman dalam pelaksanaan proyek, dan memenuhi persen target keberhasilan proyek sehingga realisasi proyek dapat terlihat. Melalui observasi, wawancara, dan analisis masalah, penulis berhasil menyusun struktur organisasi baru dan analisis jabatan yang rinci untuk setiap posisi pada divisi pemasaran dan penjualan. Proyek ini juga disosialisasikan kepada karyawan dan manajemen, serta mendapat persetujuan penuh dari Perusahaan dan hasil akhir menunjukkan bahwa semua target proyek tercapai 100%. Perusahaan harus menyusun analisis jabatan yang baik dan struktur organisasi yang jelas. Segala hal yang berada di dalam perusahaan dapat berjalan secara teratur, lebih efektif, efisien, fleksibel. Produktifitas operasional perusahaan, dan peningkatan penjualan menjadi lebih terkoordinir serta memiliki standarisasi yang jelas sehingga mampu menghasilkan performa kinerja yang baik.

Kata-kata kunci: analisis jabatan, struktur organisasi, manajemen SDM.

EXECUTIVE SUMMARY

The project of developing the organizational structure and job analysis is a final project designed to address issues related to the lack of effective human resource (HR) management. This project involves creating an organizational structure for the marketing and sales division, along with conducting job analysis for each position within the division. The goal of this project is to assist PT Central Mandiri Perkasa in improving the operational system of its marketing and sales division, enhancing sales performance, and increasing the company's visibility in the community by developing high-quality human resources. PT Central Mandiri Perkasa is a truck tire distribution company based in East Kalimantan. As a large company distributing high-quality products to its buyers, the lack of qualified HR has disrupted marketing and sales activities, resulting in decreased sales and low brand awareness. This lack of recognition is rooted in inadequate human resources, especially in the marketing and sales division, and the occurrence of overlapping job responsibilities among employees. Good human resource management directly impacts employee performance. Conversely, if HR management is poorly executed, employee productivity will also decline. Every company certainly strives to acquire potential human resources and achieve quality results. Therefore, companies must understand the essential elements required to ensure that their employees perform adequately (Juliana & Komalasari, 2022). This project began by identifying the core problems to determine the root cause. The root cause was found to be the insufficient number of staff in each division, resulting in overlapping responsibilities. This overlap leads to inefficiencies and ineffectiveness in operational execution. The main problems faced by the company include unclear job assignments, overlapping roles, and poor team coordination. These issues were recorded in a Key Performance Indicator (KPI) table, which served as a guideline for the project execution and helped measure the project's success rate. The table became a benchmark in the implementation phase to ensure the project's objectives were met. Through observation, interviews, and problem analysis, the author successfully developed a new organizational structure and detailed job analysis for each position within the marketing and sales division. The project was then socialized to employees and management and received full approval from the company. The final outcome showed that 100% of the project targets were achieved. A well-prepared job analysis and clear organizational structure allow all activities within the company to run in an orderly, effective, efficient, and flexible manner. Operational productivity and sales performance become more coordinated and standardized, ultimately leading to improved overall company performance.

Keywords: job analysis, organizational structure, HR management.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
RINGKASAN EKSEKUTIF	viii
<i>EXECUTIVE SUMMARY</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	4
1.3 Tujuan.....	7
1.4 Lingkup Kegiatan.....	7
1.5 Alur Tahapan Proyek.....	8
BAB II PROFIL PERUSAHAAN	12
2.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	12
2.2 Visi dan Misi PT Central Mandiri Perkasa.....	13
2.3 Bidang Usaha Perusahaan	14
BAB III LANDASAN TEORI.....	15
3.1 Organisasi Perusahaan	15
3.2 Manajemen Pemasaran.....	16
3.3 Manajemen Penjualan	17
3.4 Analisis Jabatan.....	18
3.5 Manajemen Kepemimpinan	19
3.6 Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)	20
BAB IV PELAKSANAAN PROYEK.....	21
4.1 Deskripsi Proyek	21
4.2 Pelaksanaan Proyek.....	21
4.2.1 Langkah-Langkah	22
4.2.2 Metode Penyelesaian Masalah	25
4.2.3 Indikator Keberhasilan Proyek.....	27
4.2.4 Realisasi Proyek	29
BAB V PENUTUP.....	40
5.1 Kesimpulan	40
5.2 Keterbatasan Proyek.....	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN.....	42

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1 Alur Tahapan Proyek	9
Gambar 2 Struktur Jabatan di PT Central Mandiri Perkasa	14
Gambar 3 Papan Nama Perusahaan	15
Gambar 4 Logo Perusahaan	16
Gambar 5 Katalog Perusahaan	17
Gambar 6 Struktur Organisasi Terbaru	34
Gambar 7 Struktur Organisasi Divisi Pemasaran dan Penjualan	35
Gambar 8 <i>Power Point</i> Struktur Organisasi dan <i>Job Description</i>	42
Gambar 9 Pengertian Struktur Organisasi dan <i>Job Description</i>	42
Gambar 10 Struktur Organisasi dan <i>Job Description</i>	43
Gambar 11 <i>Guidebook</i> Struktur Organisasi dan <i>Job Description</i>	43
Gambar 12 Struktur Organisasi	44
Gambar 13 <i>Job Description</i>	44

UNIVERSITAS
MA CHUNG

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1 Permasalahan	7
Tabel 2 <i>Timeline</i> Perencanaan Proyek	11
Tabel 3 <i>Key Performance Indicator</i> (KPI)	13
Tabel 4 Proyek Struktur Organisasi	32
Tabel 5 Proyek Struktur Analisis Jabatan	33
Tabel 6 Proyek Sosialisasi	33
Tabel 7 Analisis Jabatan Kepala Divisi Pemasaran & Penjualan	37
Tabel 8 Analisis Jabatan Koordinator Penjualan	37
Tabel 9 Analisis Jabatan Koordinator Pemasaran	38
Tabel 10 Analisis Jabatan Koordinator Digital Marketing	38
Tabel 11 Analisis Jabatan Sales Lapangan	39
Tabel 12 Analisis Jabatan Admin Penjualan	39
Tabel 13 Analisis Jabatan Staf <i>Branding</i> dan Promosi	40
Tabel 14 Analisis Jabatan Staf <i>Event</i> dan Komunikasi	40
Tabel 15 Analisis Jabatan Staf Media Sosial	41

UNIVERSITAS
MA CHUNG

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kinerja perusahaan dapat di nilai melalui sumber daya manusia yang melaksanakan tugas dan tanggungjawab. Hasil dan kualitas yang diolah guna mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, bagi sebuah perusahaan untuk melakukan pengawasan dan pengorganisasian terhadap kinerja sumber daya manusianya.

Pengendalian sumber daya manusia dengan pengelolaan yang baik mempengaruhi hasil kinerja karyawan. Jika manajemen sumber daya manusia tidak sesuai pelaksanaannya, maka hasil kerja akan ikut menurun. Dalam hal ini, tentu setiap perusahaan berupaya untuk mendapatkan SDM yang berpotensi dan hasil yang berkualitas. Oleh karena itu, perusahaan harus memahami elemen-elemen apa saja yang diperlukan jika mereka ingin karyawannya memiliki kinerja yang memadai (Juliana & Komalasari, 2022).

Kinerja merupakan hasil dari pencapaian dari setiap pekerjaan yang dilakukan oleh setiap karyawan. Setiap karyawan tentu mendapatkan tanggungjawab yang harus dilaksanakan dengan baik dan tepat. Pemahaman karyawan terhadap setiap tanggungjawab perlu diperhatikan sehingga dapat menghasilkan pekerjaan yang optimal. Penjelasan terkait peraturan pelaksanaannya sehingga dapat bergerak, dan penilaian karyawan dapat dilaksanakan (Juliana & Komalasari, 2022).

Terdapat beberapa elemen penting yang perlu dimiliki oleh suatu perusahaan agar dapat mencapai kinerja tinggi yaitu “Struktur Organisasi”.

Struktur organisasi ini adalah bagian dari perusahaan yang mengelompokkan karyawan berdasarkan bidang tugas dan fungsinya. Struktur ini dirancang oleh manajemen puncak dan berguna dalam pengawasan setiap aktivitas karyawannya. Rancangan tugas yang berfungsi secara rinci mengidentifikasi kegiatan yang diperlukan (Fattah dalam Juliana & Komalasari, 2022).

Dalam menyusun struktur, pemberian definisi tugas yang jelas dapat direalisasikan dengan pembuatan analisis jabatan. Analisis jabatan adalah pengorganisasian pekerjaan guna membuat deskripsi jabatan, spesifikasi jabatan, dan manajemen kinerja dalam suatu organisasi. Memahami kriteria pekerjaan adalah dengan mendapatkan informasi pekerjaan tersebut. Perlunya analisis jabatan agar tumpang tindih pekerjaan tidak terjadi antar karyawan. Hal yang ingin diraih adalah hasil dari disusunnya kriteria pekerjaan dari setiap bidang (Augustine dalam Komalasari, 2022).

PT Central Mandiri Perkasa menjadi tempat untuk proyek dilaksanakan. Perusahaan ini berlokasi di Samarinda, Kalimantan Timur yang memiliki bidang usaha perdagangan besar lokal maupun internasional. Perusahaan ini memproduksi ban truk mulai dari berbagai tipe dan ukuran untuk kendaraan berat yang menjadi alat transportasi perusahaan industri pertambangan, sawit, serta ekspedisi yang memiliki kapasitas angkut yang cukup besar. Alasan penulis memilih perusahaan tidak memiliki struktur organisasi yang lengkap dan analisis jabatan yang menjadi hal utama dalam berjalannya operasional perusahaan. Hal ini menjadikan kurang optimalnya kinerja yang disebabkan oleh tidak adanya standar/prosedur yang jelas dalam pekerjaan masing-masing divisi. Saat ini kurangnya sumber daya manusia

baik di bagian kantor maupun di bagian gudang, terutama pada divisi pemasaran dan penjualan.

Pada divisi pemasaran dan penjualan sangat terlihat jika kekurangan SDM yang menjadi peran penting di dalamnya. Pada permasalahan ini, semua staf Perusahaan mendapatkan 2-3 lebih bidang pekerjaan diluar bidangnya. Hal ini menyebabkan tumpang tindih dalam menyelesaikan pekerjaan masing-masing. Perusahaan memiliki 6 karyawan di kantor utama, dan semua dapat mengambil alih pekerjaan di bidang lain jika diperlukan. Tentu ini menjadi alasan utama kurang optimalnya kinerja yang ditunjukkan, khususnya pada bagian pemasaran dan penjualan produk.

Divisi pemasaran dan penjualan belum mempunyai job description dan spesifikasi pekerjaan dalam analisis jabatan dan struktur organisasi secara lengkap pengaruh besar mengakibatkan tidak adanya kesinambungan dalam bekerja. Perusahaan kurang dalam mengatur sumber daya manusia kedalam divisi pendukung di struktur organisasi, dan analisis jabatan yang jelas sehingga adanya tumpang tindih di berbagai divisi yang ada. Pengaruh dari ketidakserasian pekerjaan ini menjadikan strategi pemasaran dan penjualan produk tidak efektif, pemasaran yang kurang kreatifitas, dan pelayanan pemesanan cenderung lambat. Hal tersebut yang menjadi alasan direncakannya proyek penyusunan analisis jabatan untuk menegaskan pembagian pekerjaan di divisi pemasaran dan penjualan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan analisis jabatan dan struktur organisasi ini dilakukan sebagai langkah strategis untuk meningkatkan efektivitas organisasi dan kinerja tim. Seiring dengan pertumbuhan perusahaan dan

meningkatnya kompleksitas pasar. Diperlukan kejelasan peran, tanggung jawab, serta indikator kinerja yang spesifik bagi setiap posisi dalam divisi pemasaran dan penjualan.

Individu yang memiliki kemampuan kompeten berpengaruh terhadap performa organisasi. Pekerjaan yang menghasilkan performa bagus menjadi inti disusunnya analisis jabatan karena adanya pembagian setiap individu yang kompeten. Individu yang telah di bagi kedalam tugasnya mampu memberikan usaha terbaiknya (Arismunandar, 2022).

Melalui proyek ini, PT Central Mandiri Perkasa juga diharapkan mampu menyelaraskan strategi pemasaran dan penjualan dengan tujuan jangka panjang perusahaan, serta menciptakan tim kerja yang profesional, terarah, dan berorientasi pada hasil. Berdasarkan pengamatan penulis dan hasil diskusi dengan pihak perusahaan mengenai permasalahan yang ditemukan pada PT Central Mandiri Perkasa, maka proyek yang akan dijalankan adalah **“Penyusunan *Job Description* dan Struktur Organisasi Bagian Pemasaran dan Penjualan Pada PT Central Mandiri Perkasa”**. Penulis berharap proyek yang dilaksanakan penulis bisa membantu PT Central Mandiri Perkasa untuk memberikan solusi atas permasalahan.

1.2 Permasalahan

Dari pengamatan yang diamati penulis pada perusahaan PT Central Mandiri Perkasa, kekurangan sumber daya manusia di beberapa bagian divisi. Kekurang sumber daya ini sangat terasa di bagian *Tyremen*, yang di mana pekerjaannya yaitu melakukan pekerjaan utama bagian lapangan langsung. *Tyremen* sendiri memiliki

tugas untuk memperbaiki, mengamati, serta mengganti ban yang terpasang di unit.

Penulis juga merasakan kekurangan orang di bagian pengantaran/*delivery* serta bagian penagihan. Dimana bagian pengantaran harus selalu ada setiap waktu berada di bagian kantor. Dan juga bagian penagihan yang harus selalu siap untuk mengirimkan Invoice/tagihan kepada customer. Kekurangannya tenaga kerja ini membuat para karyawan melakukan pekerjaan yang bukan tanggung jawabnya.

Selain dari permasalahan yang telah disebutkan sebelumnya, penulis juga merasa bahwa perusahaan sedang mengalami penurunan penjualan. Hal ini mempengaruhi keuangan dalam perusahaan. Penurunan penjualan ini juga sangat mempengaruhi kekurangannya tenaga kerja yang terjadi di perusahaan saat ini.

PT Central Mandiri Perkasa dipilih sebagai objek proyek karena perusahaan ini memiliki potensi pertumbuhan yang signifikan dan struktur organisasi yang masih dapat ditingkatkan. Fokus proyek terkhususnya pada bagian pemasaran dan penjualan. Sebagai perusahaan yang terus berkembang, PT Central Mandiri Perkasa menunjukkan peluang besar dalam memperluas pasar, meningkatkan daya saing, serta mengoptimalkan sumber daya manusia.

Namun, untuk dapat mencapai potensi tersebut secara maksimal, diperlukan landasan manajerial yang kuat dalam bentuk spesifikasi dan deskripsi yang jelas, terstruktur, meringankan pekerjaan dan sesuai dengan kebutuhan operasional saat ini. Saat ini, peran dan tanggung jawab di bagian pemasaran dan penjualan masih belum terdokumentasi secara sistematis. Hal ini menjadi berisiko menimbulkan ketidakefektifan dalam pelaksanaan tugas serta pengukuran kinerja.

Diharapkan dengan adanya proyek ini perusahaan dapat melakukan penataan ulang peran kerja, menetapkan target yang terukur, serta meningkatkan efisiensi dan akuntabilitas karyawan. Tindakan yang sesuai prosedur penting dalam menjalankan perubahan organisasi menuju arah yang lebih strategis dan kompetitif. Proyek ini juga diharapkan dapat menjadi model kerja atau percontohan bagi divisi-divisi lain di lingkungan perusahaan. Dengan memiliki referensi struktur organisasi dan job description yang terstandar dan efektif, divisi lain nantinya dapat menyusun pola kerja yang serupa, sehingga keseluruhan organisasi bergerak secara lebih sistematis, terintegrasi, dan selaras dengan visi perusahaan.

Tabel 1. Permasalahan

Permasalahan yang nampak	Akar permasalahan	Solusinya
1. Perusahaan kurang dikenal masyarakat secara luas dan fungsi pemasaran tidak berjalan. 2. Penjualan produk yang menurun. 3. Karyawan tidak memahami tujuan penyusunan analisis jabatan dan struktur organisasi.	1. Belum adanya organisasi pemasaran dalam perusahaan. 2. Belum adanya analisis jabatan khusus bagian pemasaran dan penjualan. 3. Karyawan merasa kebingungan dengan adanya penyusunan analisis jabatan dan struktur organisasi.	1. Menyusun Organisasi bagian pemasaran 2. Menyusun analisis jabatan khususnya di bagian pemasaran dan penjualan. 3. Melakukan sosialisasi terhadap pimpinan dan karyawan.

Sumber: Data diolah Penulis (2025)

1.3 Tujuan

Dari tabel dan penjelasan masalah diatas, maka dibuatnya tujuan perencanaan, dan realisasi proyek ini. Berikut tujuan dilakukannya proyek terhadap perusahaan sebagai berikut:

1. Menyusun struktur organisasi bagian pemasaran dan penjualan
2. Menyusun analisis jabatan untuk bagian pemasaran dan penjualan
3. Melakukan sosialisasi terkait pelaksanaan terhadap pimpinan dan karyawan

1.4 Lingkup Kegiatan

Seorang karyawan merupakan bagian dari perusahaan yang diberikan tanggungjawab yang wajib dilaksanakan seperti prosedur. Jabatan dan kedudukan seseorang hal penting untuk mengetahui hal yang harus dipenuhi untuk pencapaian target keseluruhan. Jika adanya kesalahpahaman dalam pelaksanaan tugas, maka ketika melakukan evaluasi berpengaruh pada hasil.

Pemahaman terkait tanggungjawab sangat penting untuk individu yang bekerja di sebuah perusahaan. Pemahaman ini membuat seseorang menjadi mudah dalam melakukan pekerjaannya, dan menghasilkan target yang ingin dicapai. Kinerja kelompok tim atau individunya di dalam perusahaan dapat diukur sehingga evaluasi dapat dilaksanakan (Juliana & Komalasari, 2022).

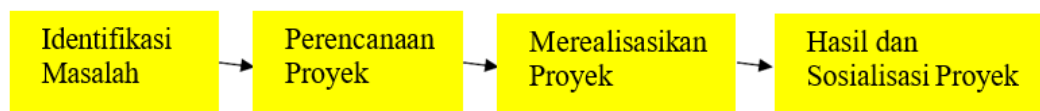
Proses menganalisis kinerja karyawan sangat perlu dilakukan penyusunan struktur organisasi dan analisis jabatan yang tepat sehingga tidak ada kesalahan dalam pelaksanaannya. Dalam hal ini perusahaan harus menyusun kembali struktur organisasi untuk bagian pemasaran agar pelaksanaan pekerjaan sesuai dengan target

yang diharapkan. Batasan lingkup kegiatan pada proyek untuk membuat struktur organisasi dan analisis jabatan bagi divisi pemasaran dan penjualan. Berikut penulis akan menjelaskan sasaran yang akan dicapai melalui proyek yang dilaksanakan dengan memberikan batasan sebagai berikut:

1. Proyek ini berlokasi di PT Central Mandiri Perkasa.
2. Proyek ini berfokus pada Penyusunan Struktur Organisasi dan Analisis Jabatan bagian pemasaran dan penjualan meskipun terdapat permasalahan yang menyangkut tentang kekurangannya SDM.
3. Proyek ini juga dilaksanakan agar dapat membantu kegiatan operasional perusahaan dan juga peningkatan penjualan dari adanya analisis jabatan bagian pemasaran dan penjualan.

1.5 Alur Tahapan Proyek

Agar proyek dapat berjalan dengan lancar teratur dan dapat dikoordinasikan dengan baik maka perlu adanya alur tahapan proyek. Berikut adalah alur tahapan proyek yang dapat digambarkan:



Gambar 1. Alur Tahapan Proyek
Sumber: Data Pribadi (2025)

1. Identifikasi Masalah

Sebelum melaksanakan proyek, penulis akan melakukan identifikasi masalah yang terjadi di perusahaan dengan cara mengobservasi, melakukan wawancara dengan karyawan perusahaan dan melakukan analisis. Penulis mendapati adanya beberapa permasalahan di dalam perusahaan, salah satunya berkaitan dengan tidak adanya struktur organisasi serta angka penjualan yang semakin turun. Serta tugas dari karyawan yang tidak sesuai dengan bidang pekerjaan masing-masing. Setelah mengetahui permasalahan yang terjadi di perusahaan tersebut, penulis mencoba untuk memecahkannya dengan merancang sebuah proyek.

2. Perencanaan Proyek

Setelah mengidentifikasi masalah yang ada di perusahaan, penulis melakukan perencanaan sebuah proyek. Proyek ini nantinya bisa digunakan dalam perusahaan untuk melakukan penyusunan struktur organisasi. Penulis akan menyusun analisis jabatan terlebih, lalu dilanjutkan dengan penyusunan struktur organisasi dan melakukan sosialisasi terhadap karyawan dan juga pimpinan perusahaan. Perencanaan proyek dilakukan dengan timeline sebagai berikut:

Tabel 2. *Timeline* Perencanaan Proyek

No	Kegiatan	<i>Timeline</i>																			
		November (2024)				Desember (2024)				Januari (2025)				Februari (2025)				Maret (2025)			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Mengidentifikasi masalah.																				
2	Mencari informasi proyek.																				
3	Konsultasi proyek dengan pimpinan perusahaan dan Dosen Pembimbing.																				
4	Melakukan bimbingan																				
5	Penyusunan hasil proyek																				
6	Sosialisasi hasil proyek.																				
7	Menyusun laporan proyek (tugas akhir).																				

Sumber: Data diolah Penulis (2024/2025)

3. Merealisasikan Proyek

Setelah melakukan perencanaan proyek, penulis akan merealisasikan proyek tersebut dan akan mencoba menyesuaikan proyek dengan kebutuhan perusahaan.

4. Hasil dan Sosialisasi Proyek

Setelah merealisasikan proyek tersebut, penulis juga melakukan sosialisasi hasil proyek. Penulis melakukan sosialisasi hasil proyek kepada divisi yang

bersangkutan yaitu divisi Pemasaran dan Penjualan. Sosialisasi hasil proyek tersebut akan dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

- a. Menyampaikan latar belakang alasan pembuatan proyek tersebut.
- b. Menjelaskan alur proyek yang dijalankan.
- c. Menyampaikan hasil proyek.

Oleh karena itu, proyek diukur menggunakan *Key Performance Indicator*:

Tabel 3. Key Performance Indicator (KPI)

Proyek	Indikator	Parameter
Menyusun organisasi untuk bagian pemasaran.	Tersusunnya struktur organisasi untuk bagian pemasaran dan penjualan.	1. Selesai membuat 1 gambaran organisasi. 2. Selesai di laksanakan dalam 1 Minggu.
Menyusun Analisis Jabatan untuk bagian pemasaran dan penjualan.	Tersusunnya Analisis Jabatan untuk bagian pemasaran dan penjualan.	1. Analisis Jabatan tersusun untuk bagian pemasaran dan penjualan. 2. Target penyelesaian 1 Bulan
Melaksanakan sosialisasi struktur organisasi dan Analisis Jabatan terhadap karyawan dan pimpinan perusahaan.	Dilaksanakannya sosialisasi struktur organisasi dan Analisis Jabatan kepada Kepala Operasional, Kepala Gudang Admin perusahaan serta Tyreman.	1. Tersedianya 1 buah <i>Guidebook</i> . 2. Tersedianya 1 file PPT. 3. Terlaksanakannya pertemuan dalam 2 kali.

Sumber: Data diolah Penulis (2025)

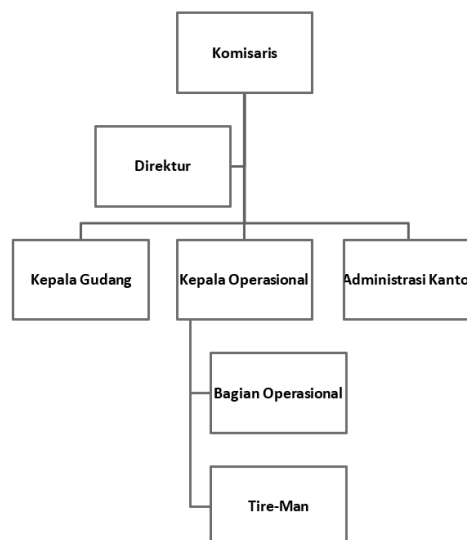
BAB II

PROFIL PERUSAHAAN

2.1 Gambaran Umum Perusahaan

PT Central Mandiri Perkasa merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan dan jasa. PT Central Mandiri Perkasa merupakan perusahaan distributor ban MAXXIS untuk wilayah Kalimantan Timur dengan kantor pusat yang berlokasi di Kota Samarinda, Kalimantan Timur. PT Central Mandiri berfokus untuk mendistribusikan ban truk ke daerah Samarinda, Balikpapan, Tenggarong, Bontang, Sangatta, Wahau dan sekitarnya. PT Central Mandiri Perkasa memiliki beberapa Gudang yang berlokasi di beberapa daerah yaitu Wahau, Palaran, dan Jalan Pergudangan.

Berikut adalah bagan struktur jabatan di PT Central Mandiri Perkasa:



Gambar 2. Struktur Jabatan di PT Central Mandiri Perkasa
Sumber: PT Central Mandiri Perkasa (2023)

PT Central Mandiri Perkasa didirikan tanggal 04 Februari 2016 oleh Yulianto Tan yang menjabat sebagai Komisaris perusahaan. Dewan Direksi lainnya adalah Mona Oktavia yang menjabat sebagai Direktur. PT Central Mandiri Perkasa merupakan perusahaan yang bergabung dengan PT Sarana Raya Kalimantan yang dijalankan oleh adik dari Bapak Yulianto Tan yang bergerak di bidang Ekspedisi jalur darat.



Gambar 3. Papan Nama Perusahaan
Sumber: PT Central Mandiri Perkasa (2023)

2.2 Visi dan Misi PT Central Mandiri Perkasa

- a. Visi : Meningkatkan penjualan secara sehat & mandiri.
- b. Misi : Memberikan kepercayaan dan kepuasan terhadap kualitas, jasa & kuantitas barang yang dibutuhkan.
- c. Sikap : Jujur & Loyal.

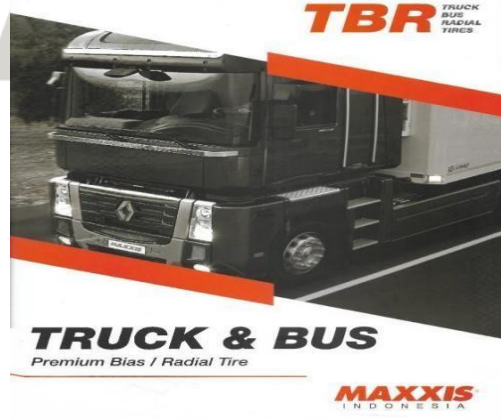


Gambar 4. Logo Perusahaan
Sumber: PT Central Mandiri Perkasa (2023)

2.3 Bidang Usaha Perusahaan

PT Central Mandiri Perkasa merupakan perusahaan distributor ban terbesar dengan produk merk Maxxis. Maxxis adalah perusahaan ban truk yang menguasai pasar dunia khususnya keperluan truk dan alat berat sejak tahun 1967. PT Atria Prima Maxxis Indonesia merupakan salah satu distributor terbesar di Indonesia.

PT Central Mandiri Perkasa menawarkan produk berkualitas dengan dua tipe yaitu tubetype dan tubeless. Kedua jenis ban ini memiliki kelemahan dan kelebihan masing-masing, seperti penggunaan yang memberikan kenyamanan dan aman dalam segala jenis perjalanan terlebih truk pengangkut sawit di jalan yang rusak, serta pemeliharaan ban yang cenderung jarang rusak karena tahan lama.



Gambar 5. Katalog Perusahaan
Sumber: Katalog Maxxis Truck & Bus (2023)

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Organisasi Perusahaan

Menurut Hakim (2022) perkumpulan suatu perseorangan dengan target meraih tujuan tertentu dinamakan organisasi. Organisasi terdiri dari kerjasama tim yang memiliki kemahiran, dan kemampuan. Ketika di dalam suatu kelompok melakukan pekerjaan dengan tujuan tertentu, maka membutuhkan sumber daya yang memadai.

Menurut Marwiyah (2022) manajemen organisasi ialah mekanisme untuk menentukan alur dari kegiatan, pengawasan dan prosedur di dalamnya. Proses ini mencakup pengambilan keputusan yang tepat, penetapan strategi, pembagian tugas, serta pengawasan agar semua kegiatan organisasi dapat berjalan efisien dan efektif. Manajemen organisasi penting untuk jalan kegiatan dan prosedurnya dalam setiap pembagiannya. untuk memastikan operasional yang lancar dan pencapaian tujuan yang efektif.

Manajemen organisasi bertujuan untuk menciptakan kinerja yang optimal dan menetapkan ketersediaan anggota untuk memenuhi pencapaian jangka panjang organisasi. Beberapa aspek utama dalam manajemen organisasi meliputi:

1. Perencanaan (*Planning*): Menentukan tujuan dan mekanisme alur kegiatan pelaksanaannya.
2. Pengorganisasian (*Organizing*): Menyusun struktur dan membagi sumber daya untuk menjalankan rencana.
3. Pengarahan (*Leading*): Memberikan arahan dan motivasi kepada anggota tim untuk mencapai tujuan.

4. Pengendalian (*Controlling*): Memantau kemajuan dan memastikan bahwa aktivitas berjalan sesuai dengan rencana.

3.2 Manajemen Pemasaran

Menurut Setyaningsih (2021) manajemen pemasaran adalah proses pengelolaan kegiatan pemasaran seperti analisis pasar, perencanaan, dan implementasi. Evaluasi strategi pemasaran untuk menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan. Manajemen pemasaran modern menekankan pentingnya keterlibatan pelanggan (*customer engagement*), kolaborasi, dan teknologi dalam membentuk nilai jangka panjang.

George (dalam Setyaningsih, 2021), fungsi utama manajemen pemasaran meliputi:

- Analisis pasar dan perilaku konsumen
- Perencanaan strategi pemasaran
- Implementasi bauran pemasaran (*marketing mix*)
- Evaluasi dan pengendalian aktivitas pemasaran

Manajemen pemasaran memiliki peran strategis dalam menciptakan diferensiasi dan *positioning* produk. Dengan pendekatan yang berpusat pada pelanggan (*customer-centric*), organisasi mampu menyesuaikan penawaran sesuai kebutuhan pasar sasaran. Elemen inti dalam manajemen pemasaran saat ini meliputi:

1. Segmentasi, Targeting, dan *Positioning* (STP): Pendekatan strategis untuk memilih pasar yang tepat dan menyusun pesan pemasaran yang sesuai.

2. Marketing Mix (7P): Pengembangan dari 4P klasik menjadi 7P: *Product*, *Price*, *Place*, *Promotion*, *People*, *Process*, dan *Physical Evidence*, terutama dalam konteks pemasaran jasa dan digital.
3. *Customer Experience*: Pengalaman pelanggan menjadi fokus utama untuk meningkatkan loyalitas dan advokasi merek.

3.3 Manajemen Penjualan

Manajemen penjualan adalah penerapan strategi pemasaran perusahaan. Proses penjualan bisa dilaksanakan dan mewujudkan pencapaian terbaik untuk perusahaan. Diterapkannya manajemen penjualan menjadikan hasil yang maksimal dan minim kerugian terutama bagi usaha-usaha yang sedang berkembang. (Syadidah & Kamaruddin, 2024).

Menurut Nawawi (2024) peran seorang sales menjadi bagian penting dalam strategi pemasaran. Di era digital ini, tim sales bekerja sama dengan tim pemasaran untuk menciptakan strategi berbasis pelanggan. Hal ini mencakup pemahaman tentang *customer journey*, analisis data pelanggan, serta memberikan masukan langsung dari lapangan untuk pengembangan produk dan layanan. Proses penjualan biasanya terdiri dari beberapa tahapan, yaitu:

- *Prospecting*: Mencari dan mengidentifikasi calon pelanggan potensial.
- *Approach*: Pendekatan awal untuk membangun komunikasi.
- *Needs Assessment*: Menggali kebutuhan pelanggan.
- *Presentation*: Menyampaikan manfaat produk secara persuasif.
- *Handling Objections*: Menangani keberatan pelanggan.
- *Closing*: Mengarahkan pelanggan untuk mengambil keputusan pembelian.

- *Follow-up*: Menjalin hubungan lanjutan setelah penjualan.

3.4 Analisis Jabatan

Analisis jabatan merupakan teknik untuk mengenali serta mengkaji persyaratan dalam pekerjaan sesuai kualifikasinya. Hasil dari analisis jabatan untuk menentukan karakteristik dari calon karyawan sebelum masuk kedalam operasional perusahaan. Analisis jabatan berisi spesifikasi serta deskripsi pekerjaan yang ditetapkan oleh perusahaan. Deskripsi pekerjaan meliputi tugas, hak, dan kewajiban, sedangkan untuk persayratakan masuk dalam kualifikasi pekerjaan. (Tanumihardjo, 2020).

1. Nama Pekerjaan ini adalah keterangan posisi yang dibutuhkan, dan dituju. Penulisan ini disesuaikan dengan bidang atau divisinya.
2. Deskripsi Pekerjaan berisikan keterangan pekerjaan yang dikerjakan dan ini sesuai dengan bidangnya masing-masing. Keterangan pekerjaan ini disusun oleh HRD dengan melihat prospek kebutuhan perusahaan.
3. Tugas dan tanggung jawab merupakan keharusan yang dilaksanakan sesuai prosedurnya sesuai dengan bidangnya. Tugas ini ditulis secara terstruktur dan teliti di setiap susunannya yang mencakup keperluan yang dikerjakan per waktu.
4. Pendidikan dan pengalaman kerja menjadi syarat utama dalam proses perekrutan. Penetapan syarat pendidikan dan pengalaman yang tepat dan sesuai, maka mendapatkan kandidat yang kompeten dalam proses seleksi.

5. Kemampuan dan keahlian ialah bakat seseorang dalam melakukan sesuatu dengan baik dan tepat, dan di cantumkan ke dalam spesifikasi pekerjaan, yaitu:
- a. kemampuan mengoperasikan perangkat lunak atau mesin tertentu
 - b. kemampuan berkomunikasi dengan baik atau bekerja dalam tim
 - c. keterampilan manajemen waktu dan prioritas.

3.5 Manajemen Kepemimpinan

Kepemimpinan ialah pendekatan yang mempengaruhi seseorang atau tim untuk mengerjakan sesuatu dengan kreatif, dan atraktif. Kepemimpinan yang baik sangat berdampak pada target pencapaian tujuan organisasi karena seorang pemimpin memiliki pengaruh terhadap kinerja yang diterapkan didalam sebuah organisasi tersebut. Seorang pemimpin memiliki kemampuan dalam memberikan pengaruh, serta arahan kedalam kelompok untuk mencapai tujuan (Sepmady, 2021).

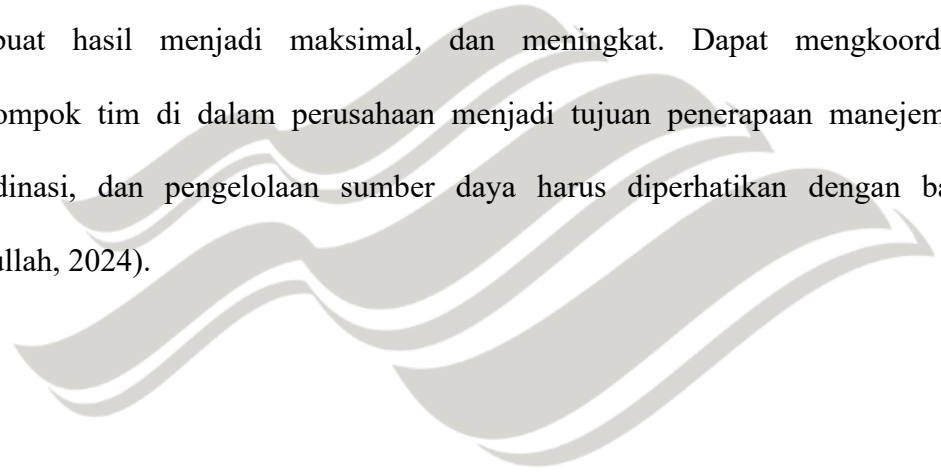
Menurut Sepmady (2021) kepemimpinan dalam organisasi berperan penting dalam mengelola sumber daya manusia untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Seorang pemimpin memiliki tanggung jawab untuk mengarahkan, membimbing, dan memotivasi karyawan agar bekerja sesuai dengan visi dan misi organisasi. Dalam praktiknya, setiap pemimpin memiliki gaya kepemimpinan yang berbeda, yang dipengaruhi oleh karakter, pengalaman, serta situasi di lingkungan kerja.

Menurut Sepmady (2021) pemimpin yang adaptif dan inovatif akan lebih mudah menghadapi tantangan serta menciptakan keseimbangan antara produktivitas dan kesejahteraan tenaga kerja. Oleh karena itu, kepemimpinan yang

baik tidak hanya berfokus pada pencapaian target perusahaan, tetapi juga pada pengembangan sumber daya manusia yang berkelanjutan.

3.6 Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)

Manajemen SDM ialah ilmu untuk mengelola dan mengorganisasikan individu di sebuah kelompok/tim. Tujuan adanya penerapan ini agar pekerjaan yang dilakukan menjadi lancar, dan tercapai. Terkoordinirnya individu dalam tim membuat hasil menjadi maksimal, dan meningkat. Dapat mengkoordinir sekelompok tim di dalam perusahaan menjadi tujuan penerapan manajemen. Koordinasi, dan pengelolaan sumber daya harus diperhatikan dengan baik. (Babullah, 2024).



UNIVERSITAS
MA CHUNG

BAB IV

PELAKSANAAN PROYEK

4.1 Deskripsi Proyek

Proyek ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional PT Central Mandiri Perkasa melalui penyusunan struktur organisasi dan analisis jabatan pada divisi pemasaran dan penjualan. Permasalahan utama yang dihadapi perusahaan mencakup ketidakjelasan tugas dan tanggung jawab. Tumpang tindih pekerjaan antar divisi menyebabkan kurangnya performa penjualan akibat belum optimalnya fungsi pemasaran.

Proyek ini diharapkan menjadi solusi strategis dengan menyusun deskripsi pekerjaan yang rinci, mengklarifikasi peran setiap posisi, serta memperjelas struktur organisasi. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kinerja SDM, memperbaiki koordinasi internal. Hasil proyek dapat mendukung transformasi organisasi yang lebih profesional dan tertata.

4.2 Pelaksanaan Proyek

Proyek ini dilaksanakan di perusahaan PT Central Mandiri Perkasa dengan kantor pusat yang berlokasi di Jl. Yos Sudarso No.45, Samarinda Kota, Kota Samarinda, Kalimantan Timur. PT Central Mandiri berfokus untuk mendistribusikan ban truk ke daerah Samarinda, Balikpapan, Tenggarong, Bontang, Sangatta, Wahau dan sekitarnya. PT Central Mandiri Perkasa memiliki beberapa Gudang yang berlokasi di beberapa daerah yaitu Wahau, Palaran, dan Jalan Pergudangan.

Proyek ini dilakukan oleh penulis pada bulan November hingga Maret 2025 dengan renggang waktu dari perencanaan, pengumpulan data, serta realisasi adalah empat (4) bulan. Proyek ini dilaksanakan dengan tujuan memperbaiki keadaan didalam perusahaan yang menjadi poin dari identifikasi masalah. Tujuannya yaitu:

1. Menyusun struktur organisasi bagian pemasaran dan penjualan
2. Menyusun analisis jabatan untuk bagian pemasaran dan penjualan
3. Melakukan sosialisasi terkait pelaksanaan terhadap pimpinan dan karyawan

Dengan adanya tujuan tersebut, diharapkan dari pelaksanaan proyek ini dapat membuat perusahaan lebih maju, sukses, dan karyawan sejahtera di lingkup kerjanya masing-masing.

4.2.1 Langkah-Langkah

Dalam melaksanakan proyek ini, penulis mengikuti serangkaian langkah terstruktur untuk memastikan tercapainya tujuan secara efektif dan efisien. Proses ini dimulai dari identifikasi masalah hingga tahap evaluasi dan penutupan proyek. Berikut adalah langkah-langkah pelaksanaan proyek yang dilakukan oleh penulis:

1. Identifikasi Masalah

Langkah pertama dimulai dengan mengidentifikasi masalah yang bertujuan untuk memahami situasi nyata di lapangan. Penulis melakukan pengamatan langsung terhadap berbagai kegiatan operasional pada PT Central Mandiri Perkasa. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran jelas tentang proses kerja yang berlangsung. Untuk memperoleh informasi mengenai masalah

utama, penulis mengumpulkan data tambahan berupa struktur organisasi dan deskripsi pekerjaan yang berlaku saat ini sebagai bahan analisis awal, yaitu:

- a. Melakukan observasi langsung terhadap kegiatan operasional.
- b. Wawancara dengan karyawan.
- c. Mengumpulkan data mengenai struktur organisasi dan deskripsi pekerjaan saat ini.

2. Perencanaan Proyek

Berdasarkan hasil identifikasi masalah, penulis membuat rencana proyek. Tahapan ini mencakup perancangan latar belakang, *timeline* kegiatan, tujuan kegiatan, dan target keberhasilan proyek dalam tabel *key performance indicator (KPI)*. Proyek yaitu membuat struktur organisasi bagian pemasaran dan penjualan, serta deskripsi pekerjaan yang disesuaikan dengan hasil pengamatan dan teori manajemen sumber daya manusia.

Penulis menyusun jadwal kegiatan proyek yang mencakup waktu pelaksanaan dan pertemuan rutin dengan dosen pembimbing serta pihak perusahaan untuk memastikan proyek berjalan sesuai dengan rencana, yaitu:

- a. Merancang analisis jabatan berdasarkan hasil observasi dan teori SDM.
- b. Menyusun struktur organisasi yang efisien untuk divisi pemasaran dan penjualan.
- c. Menyusun *timeline* kegiatan dan konsultasi rutin dengan dosen pembimbing serta pihak perusahaan.

3. Merealisasikan Proyek

Setelah merencanakan proyek dan tahapannya secara matang, penulis mulai mewujudkan proyek sesuai dengan rencana yang telah dibuat. Pelaksanaan dilakukan secara bertahap dengan melibatkan pihak-pihak terkait baik dari dalam perusahaan ataupun pihak eksternal. Langkah ini memperhatikan hasil evaluasi sementara untuk melakukan penyesuaian jika ada yang perlu.

Dalam langkah ini, penulis telah berhasil merealisasikan setiap poin dalam tabel *key performance indicator (KPI)* dan diwujudkan secara langsung kedalam perusahaan. Paramater dari tabel tersebut akan di jelaskan masing-masing lengkap dengan bukti dokumen yang dibuat dalam tahap ini. Tahap ini mewujudkan parameter keberhasilan dengan menghasilkan sturktur organisasi baru dan analisis jabatan bagi divisi penjualan dan pemasaran, serta adanya presentasi yang ditunjukkan dalam sosialisasi didepan karyawan, kepala divisi, HRD, dan pihak yang terkait.

4. Evaluasi dan Penutup

Tahap terakhir adalah evaluasi dan penutupan proyek. Evaluasi dilakukan untuk mengevaluasi seberapa efektif pelaksanaan yang telah dilakukan serta menemukan bidang-bidang yang masih memerlukan penyesuaian. Hasil dari evaluasi ini digunakan sebagai bahan pertimbangan dan saran untuk menjaga kelanjutan proyek di masa depan. Proyek kemudian ditutup secara resmi dengan melaporkan hasil akhir kepada pihak perusahaan serta dosen pembimbing.

4.2.2 Metode Penyelesaian Masalah

Proyek ini dilakukan dengan menerapkan pendekatan *problem solving* yang berfokus pada manajemen organisasi, dan sumber daya manusia. Pendekatan ini dipilih karena tujuan utama proyek adalah mengatur ulang struktur organisasi serta meningkatkan sistem kerja. Pengelolaan sumber daya manusia dan pembentukan organisasi yang lebih efektif menjadi tujuan penyelesaian masalah. Tahapan metode yang digunakan antara lain:

1. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik dasar yang sangat penting dan sering digunakan untuk mengumpulkan data secara langsung dari lapangan. Observasi tidak hanya menjadi bagian dari proses pengumpulan data, tetapi juga menjadi langkah awal untuk memahami konteks, fenomena, dan lainnya. Observasi dengan melihat, dan mengumpulkan data secara langsung kejadian sebenarnya (Yusra, 2021).

Dalam hal ini penulis menerapkan metode dengan melihat secara langsung, dan mengamati apa yang menjadi kekurangan. Pengamatan ini pada kekurangan prosedur perusahaan yang dijalankan tidak teratur atau berantakan. Penulis mengamati situasi ini, dan menjadikan topik utama dalam pengambilan proyek yaitu terjadi tumpang tindih pekerjaan dalam setiap divisi.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu cara yang paling sering digunakan dalam mengumpulkan data penelitian kualitatif. Wawancara adalah cara mengumpulkan data dengan melakukan sesi tanya jawab untuk mengkaji lebih

dalam fenomena yang dibahas. Dengan wawancara, peneliti dapat memperoleh berbagai jenis data dari responden (Yusra, 2021).

Penulis melakukan wawancara sedikit dengan pembina lapangan terkait fenomena yang diamati. Wawancara ini merupakan obrolan ringan dengan pembahasan sedikit terkait hasil kerja penulis selama melakukan magang/PKL. Dalam wawancara ini, penulis mendapatkan gambaran terkait perencanaan proyek kedepannya dan mendapatkan izin untuk melakukan proyek hingga selesai.

3. Analisis Masalah

Root Cause Analysis (RCA) merupakan cara untuk mengidentifikasi dan memahami penyebab utama dari kegagalan sebuah struktur. Metode ini memeriksa suatu kegagalan, dan memperbaikinya. Metode *root cause analysis* digunakan untuk pemecahan masalah (Sitompul, 2024).

Penulis menggunakan metode analisis RCA karena ditemukan masalah yang memengaruhi kinerja organisasi secara menyeluruh. Masalah yang ditemukan merupakan masalah terkait kurangnya SDM di perusahaan. Dengan menggunakan pendekatan ini, penulis mencoba mengeksplorasi penyebab utama dari berbagai gejala yang terjadi di lapangan guna memahami akar dari permasalahan tersebut.

- a. Tidak adanya struktur organisasi yang jelas terutama pada divisi pemasaran dan penjualan sehingga efektifitas penjualan sangat kurang karena ketidakselarasan di dalam organisasinya.

- b. Tidak adanya analisis jabatan yang jelas dan ini mengakibatkan tumpang tindih peran dan pekerjaan yang menambah beban karyawan yang bukan dari divisi terkait.

4.2.3 Indikator Keberhasilan Proyek

Indikator keberhasilan proyek menjadi pengukuran keberhasilan dari percangan hingga realisasinya. Dalam hal ini, penulis menjelaskan bagaimana tabel KPI yang telah dirancang dalam tahap pelaksanaan, dan memenuhi target pencapaiannya. Dari indikator dan parameter inilah yang akan menjadi tolak ukur keberhasilan proyek pembuatan struktur organisasi dan analisis jabatan.

1. Tabel Proyek “Menyusun Struktur Organisasi”

Tabel 4. Proyek Struktur Organisasi

Proyek	Indikator	Parameter	Target
Menyusun organisasi untuk bagian pemasaran.	Tersusunnya struktur organisasi untuk bagian pemasaran dan penjualan.	1. Selesai membuat 1 gambaran organisasi.	1. 100%
		2. Selesai di laksanakan dalam 1 Minggu.	2. 100%

Dari hasil 100% pelaksanaan proyek, penulis berhasil mewujudkan indikator pertama yaitu tersusunnya struktur organisasi baru bagi divisi pemasaran dan penjualan. Keberhasilan ini tentu dengan persetujuan pembina lapangan yang sekaligus menjadi direktur di perusahaan. Struktur organisasi yang baru diharapkan akan diterapkan dengan jangka waktu yang lama untuk mendukung kemajuan penjualan perusahaan.

2. Tabel Proyek “Menyusun Analisis Jabatan”

Tabel 5. Proyek Analisis Jabatan

Proyek	Indikator	Parameter	Target
Menyusun Analisis Jabatan untuk bagian pemasaran dan penjualan.	Tersusunnya Analisis Jabatan untuk bagian pemasaran dan penjualan.	1. Analisis Jabatan tersusun untuk bagian pemasaran dan penjualan. 2. Target penyelesaian 1 Bulan	1. 100% 2. 100%

Dari hasil 100% pelaksanaan proyek, penulis berhasil mewujudkan indikator kedua yaitu tersusunnya analisis jabatan baru bagi divisi pemasaran dan penjualan. Keberhasilan ini tentu dengan persetujuan pembina lapangan yang sekaligus menjadi direktur di perusahaan. Analisis jabatan yang baru berisi tentang karakter calon karyawan, tugas, dan kewajiban agar tidak terjadinya tumpang tindih pekerjaan seperti sebelumnya.

3. Tabel Proyek “Melaksanakan Sosialisasi”

Tabel 6. Proyek Sosialisasi

Proyek	Indikator	Parameter	Target
Melaksanakan sosialisasi struktur organisasi dan Analisis Jabatan terhadap karyawan dan pimpinan perusahaan.	Dilaksanakannya sosialisasi struktur organisasi dan Analisis Jabatan kepada Kepala Operasional, Kepala Gudang Admin perusahaan serta Tyreman.	1. Tersedianya 1 buah <i>Guidebook</i> . 2. Tersedianya 1 file PPT. 3. Terlaksanakannya pertemuan dalam 2 kali.	1. 100% 2. 100% 3. 100%

Dari hasil 100% pelaksanaan proyek, penulis berhasil mewujudkan indikator ketiga yaitu terlaksananya sosialisasi untuk memperkenalkan, dan menjelaskan tujuan proyek, dan tatanan organisasi. Sosialisasi ini menjelaskan secara lengkap

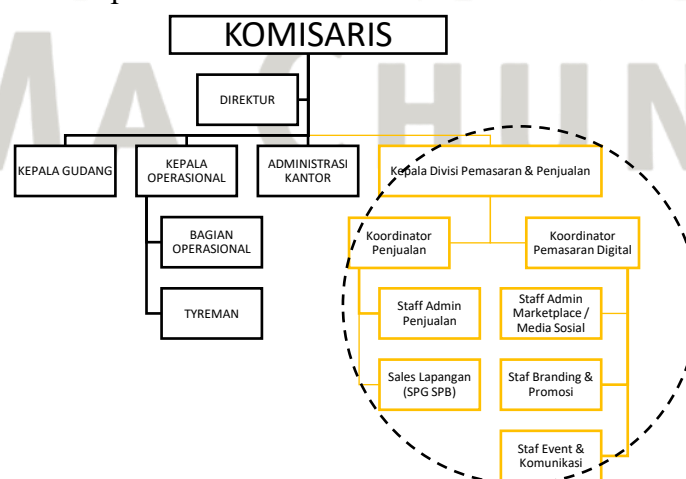
hasil dari kerja proyek yang mencakup pembagian kerja bagi divisi pemasaran dan penjualan. Dari sosialisasi ini, tentu ada banyak pertanyaan dari para karyawan, namun dapat diatasi dengan bantuan dari pembina lapangan.

4.2.4 Realisasi Proyek

Realisasi proyek adalah tahap yang penting untuk mewujudkan setiap indikator yang sudah direncanakan sebelumnya. Dalam hal ini, penulis sudah merangkum hasil pelaksanaan dengan baik, yaitu:

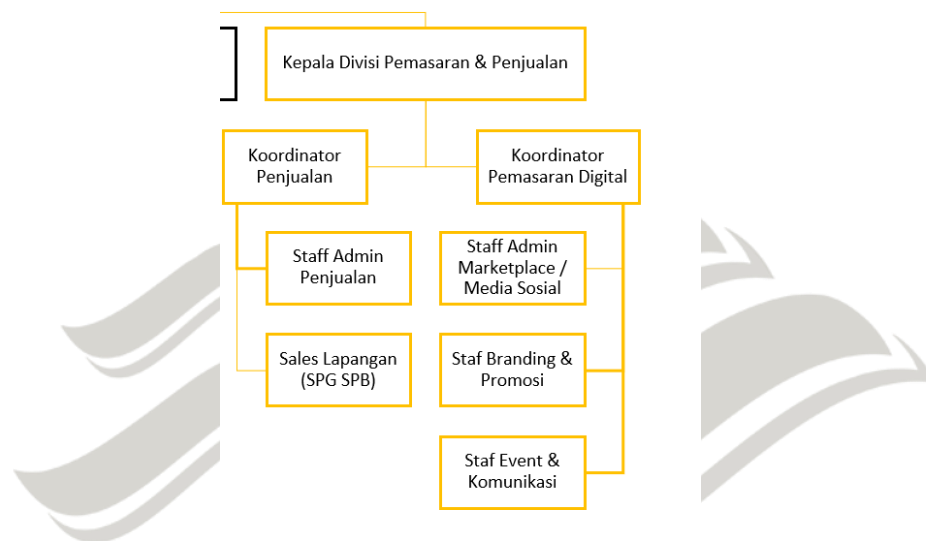
1. Struktur Organisasi Divisi Pemasaran dan Penjualan

Hal pertama yang diwujudkan dalam proyek ini adalah gambar struktur organisasi untuk divisi pemasaran dan penjualan. Struktur ini berisikan tim-tim pendukung dengan pembagian tugas dan tanggungjawab. Struktur organisasi ini dibuat setelah observasi diadakan, dan perencanaan yang sudah berjalan. Perencanaan yang dijalankan dengan mengumpulkan data yang relevan dengan indikator masalah, dan hasil akhir menciptakan gambaran baru yang berguna pada kegiatan operasional perusahaan.



Gambar 6. Struktur Organisasi Terbaru

Dari struktur diatas, dapat dilihat tatanan lengkap dari setiap divisi terutama untuk divisi Pemasaran dan Penjualan. Struktur organisasi terbaru ini menjadi gamabran lengkap dalam sistem opersional PT Central Mandiri Perkasa. Berikut adalah gambar struktur organisasi khusus divisi pemasasaran dan penjualan.



Gambar 7. Struktur Organisasi Divisi Pemasaran dan Penjualan

Dalam gambar struktur organisasi diatas, dapat dilihat lebih jelas pembagian dari setiap tim yang mendukung tugas dan tanggungjawab masing-masing.

2. Penyusunan Analisis Jabatan Divisi Pemasaran dan Penjualan

Dari struktur organisasi yang dibuat, maka realisasi selanjutnya adalah pembagian tugs dari setiap divisi pada gambar tersebut. Pembagian tugas ini meliputi nama divisi, peran dan tanggungjawab, serta kualifikasi individu yang ada di dalamnya. Pembagian tugas ini direalisasikan ketika struktur organisasi sudah disetujui oleh pembina lapangan.

Berikut Analisis Jabatan pada divisi pemasaran dan penjualan:

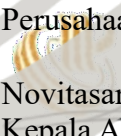
- a. Kepala Divisi Pemasaran & Penjualan: Bertanggung jawab terhadap perencanaan strategi, pengawasan tim, koordinasi antardepartemen, dan pelaporan kepada Kepala Operasional.
- b. Koordinator Penjualan: Mengelola aktivitas penjualan langsung, supervisi sales, dan pengelolaan data transaksi harian.
- c. Koordinator Pemasaran: Bertanggung jawab atas strategi promosi, branding, dan kegiatan pemasaran offline.
- d. Koordinator Digital: Fokus pada pemasaran *online*, seperti media sosial, *marketplace* (Tokopedia/Shopee), serta pengiklanan digital lainnya.

Solusi untuk permasalahan kekurangannya tenaga kerja atau SDM di dalam perusahaan karena kekurangan tenaga kerja yang disebutkan dalam laporan proyek, posisi koordinator bisa merangkap tugas staf jika SDM terbatas. Posisi Staf bisa dijalankan secara fleksibel (1 orang merangkap 2 fungsi), terutama di tahap awal pengembangan organisasi.

UNIVERSITAS
MA CHUNG

1. Kepala Divisi Pemasaran dan Penjualan

Tabel 7. Deskripsi Pekerjaan Kepala Divisi Pemasaran & Penjualan

DESKRIPSI PEKERJAAN KEPALA DIVISI PEMASARAN & PENJUALAN	
Tugas dan Tanggungjawab: - Merancang strategi pemasaran dan penjualan jangka pendek dan panjang. - Mengawasi seluruh kegiatan pemasaran, penjualan, dan digital marketing. - Menganalisis performa tim dan menetapkan target. - Berkoordinasi dengan direktur operasional dan kepala divisi lain. - Membuat laporan performa divisi.	Kualifikasi Karyawan: - Pendidikan minimal S1 Manajemen/Marketing. - Pengalaman minimal 3 tahun di bidang pemasaran/penjualan. - Kemampuan analisis pasar dan kepemimpinan.
Pembuat: Olivia Crysanthly Winata Ingrid Christin A Panjaitan	Perusahaan:  Novitasari Kepala Administrasi

2. Koordinator Penjualan

Tabel 8. Deskripsi Pekerjaan Koordinator Penjualan

DESKRIPSI PEKERJAAN KOORDINATOR PENJUALAN	
Tugas dan Tanggungjawab: - Mengelola dan memimpin tim sales lapangan dan admin penjualan. - Memonitor pencapaian target harian, mingguan, dan bulanan. - Melakukan pelaporan kegiatan penjualan secara berkala. - Menangani keluhan pelanggan dan menjaga hubungan relasi.	Kualifikasi Karyawan: - Pendidikan minimal S1 Manajemen/Marketing. - Pengalaman minimal 3 tahun di bidang pemasaran/penjualan. - Kemampuan analisis pasar dan kepemimpinan.
Pembuat: Olivia Crysanthly Winata Ingrid Christin A Panjaitan	Perusahaan:  Novitasari Kepala Administrasi

3. Koordinator Pemasaran

Tabel 9. Deskripsi Pekerjaan Koordinator Pemasaran

DESKRIPSI PEKERJAAN KOORDINATOR PEMASARAN	
Tugas dan Tanggungjawab: - Merancang kegiatan promosi offline dan branding. - Membuat rencana event dan menyusun materi promosi. - Menjalin relasi dengan media lokal dan komunitas. - Mengevaluasi efektivitas kampanye promosi.	Kualifikasi Karyawan: - Pendidikan minimal S1 Manajemen/Marketing. - Pengalaman minimal 3 tahun di bidang pemasaran/penjualan. - Kemampuan analisis pasar dan kepemimpinan.
Pembuat: Olivia Crysanthi Winata Ingrid Christin A Panjaitan	Perusahaan:  Novitasari Kepala Administrasi

4. Koordinator Pemasaran Digital

Tabel 10. Deskripsi Pekerjaan Koordinator Digital Marketing

DESKRIPSI PEKERJAAN KOORDINATOR PEMASARAN DIGITAL	
Tugas dan Tanggungjawab: - Mengatur konten harian di media sosial dan marketplace. - Mengelola kampanye digital (ads, SEO, email marketing). - Menganalisis performa digital marketing. - Mengembangkan strategi peningkatan engagement.	Kualifikasi Karyawan: - Pendidikan minimal S1 Manajemen/Marketing. - Pengalaman minimal 3 tahun di bidang pemasaran/penjualan. - Kemampuan analisis pasar dan kepemimpinan. - Menguasai media sosial dan digital tools. - Bisa membuat konten & desain sederhana.
Pembuat: Olivia Crysanthi Winata Ingrid Christin A Panjaitan	Perusahaan:  Novitasari Kepala Administrasi

5. Sales Lapangan (SPG/SPB)

Tabel 11. Deskripsi Pekerjaan Sales Lapangan (SPG/SPB)

DESKRIPSI PEKERJAAN SALES LAPANGAN (SPG/SPB)	
Tugas dan Tanggungjawab: - Melakukan penawaran produk ke pelanggan langsung. - Memberikan penjelasan produk dan menjalin relasi. - Menyusun laporan kunjungan dan hasil penjualan.	Kualifikasi Karyawan: - Pendidikan minimal S1 Manajemen/Marketing. - Pengalaman minimal 3 tahun di bidang pemasaran/penjualan. - Kemampuan analisis pasar dan kepemimpinan. - Menguasai media sosial dan digital tools. - Bisa membuat konten & desain sederhana.
Pembuat: Olivia Crysanthi Winata Ingrid Christin A Panjaitan	Perusahaan CENTRAL MANDIRI PERKASA  Novitasari Kepala Administrasi

6. Admin Penjualan

Tabel 12. Deskripsi Pekerjaan Admin Penjualan

DESKRIPSI PEKERJAAN ADMIN PENJUALAN	
Tugas dan Tanggungjawab: - Menginput data penjualan ke sistem. - Menyiapkan invoice dan melakukan konfirmasi pembayaran. - Melayani pelanggan via telepon/WA/email.	Kualifikasi Karyawan: - Pendidikan minimal S1 Manajemen/Marketing. - Pengalaman minimal 3 tahun di bidang pemasaran/penjualan. - Kemampuan administrasi kantor, dan kearsipan. - Menguasai media sosial dan digital tools.
Pembuat: Olivia Crysanthi Winata Ingrid Christin A Panjaitan	Perusahaan CENTRAL MANDIRI PERKASA  Novitasari Kepala Administrasi

7. Staf Branding & Promosi

Tabel 13. Deskripsi Pekerjaan Staf Branding & Promosi

DESKRIPSI PEKERJAAN STAF BRANDING & PROMOSI	
Tugas dan Tanggungjawab: - Membantu koordinasi materi promosi (banner, brosur). - Membantu pelaksanaan pameran atau event. - Membuat dokumentasi kegiatan pemasaran	Kualifikasi Karyawan: - Pendidikan minimal S1 Manajemen/Marketing. - Pengalaman minimal 3 tahun di bidang pemasaran/penjualan. - Kemampuan administrasi kantor, dan kearsipan. - Menguasai media sosial dan digital tools.
Pembuat: Olivia Crysanthly Winata Ingrid Christin A Panjaitan	Perusahaan:  CENTRAL MANDIRI PERKASA PT. CENTRAL MANDIRI PERKASA Jl. H. H. Jendra, Yang Kel. Tembung, Permai Kec. Sungai Pinang, Samakinda - 75119 Kab. Pangkajene Arung, Indonesia Telp. (081) 962 244 2038099 Novitasari Kepala Administrasi

8. Staf Event & Komunikasi

Tabel 14. Deskripsi Pekerjaan Staf Event dan Komunikasi

DESKRIPSI PEKERJAAN STAF EVENT DAN KOMUNIKASI	
Tugas dan Tanggungjawab: - Menyiapkan logistik dan kebutuhan acara. - Menjalin hubungan baik dengan vendor/promotor.	Kualifikasi Karyawan: - Pendidikan minimal S1 Manajemen/Marketing. - Pengalaman minimal 3 tahun di bidang pemasaran/penjualan. - Kemampuan administrasi kantor, dan kearsipan. - Menguasai media sosial dan digital tools.
Pembuat: Olivia Crysanthly Winata Ingrid Christin A Panjaitan	Perusahaan:  CENTRAL MANDIRI PERKASA PT. CENTRAL MANDIRI PERKASA Jl. H. H. Jendra, Yang Kel. Tembung, Permai Kec. Sungai Pinang, Samakinda - 75119 Kab. Pangkajene Arung, Indonesia Telp. (081) 962 244 2038099 Novitasari Kepala Administrasi



Gambar 8. Power Point Struktur Organisasi dan Job Description

Pada halaman pertama dan kedua disajikan terlebih dahulu judul utama proyek, dan daftar isi tentang materi yaitu latar belakang, tujuan pelaksanaan proyek, tujuan pelaksanaan *workshop*, pengertian struktur organisasi, gambar struktur organisasi, penjelasan *job description* yang akan dibahas agar karyawan dan kepala direksi dapat memahami alur kegiatan.

Setelah pengenalan kegiatan dan tujuan dari proyek, maka selanjutnya adalah menjelaskan hal utama dari tujuan diadakannya proyek ini yaitu menjelaskan hasil kegiatan proyek yang sudah direncanakan sebelumnya. Menjelaskan pengertian struktur organisasi, dan *job description* seperti yang tertera di halaman gambar dibawah ini:



Gambar 9. Pengertian Struktur Organisasi dan Job Description

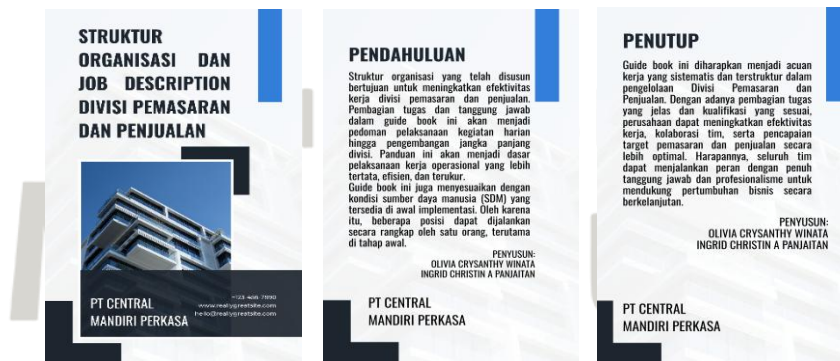
Hasil proyek yaitu berupa gambar struktur organisasi yang baru setelah ditambahkan divisi pemasaran penjualan lengkap dengan pembagian pekerjaannya.



Gambar 10. Struktur Organisasi dan Job Description

b. Guide Book

Buku saku (*guide book*) adalah pedoman bagi perusahaan untuk menerapkan sistem operasional didalamnya. Dibuatnya buku saku guna mewujudkan dan memberikan pedoman baru untuk memahami struktur dan *job description* di divisi pemasaran dan penjualan berisikan penjelasan terkait tujuan proyek, latar belakang, dan gambar struktur organisasi beserta penjelasannya.



Gambar 11. Guidebook Struktur Organisasi dan Job Description

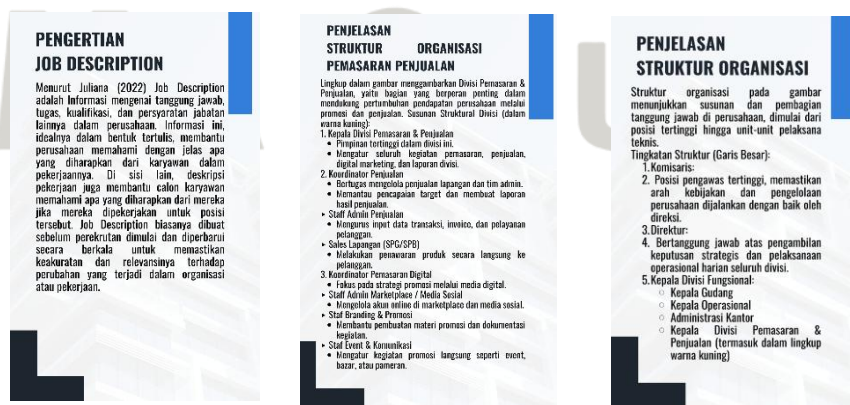
Pada halaman pertama dan kedua disajikan terlebih dahulu judul utama proyek, dan pendahuluan tentang materi yaitu penjelasan hasil proyek yang disajikan kepada karyawan. Setelah pendahuluan, disajikan hasil proyek berupa

gambar struktur organisasi secara lengkap dan struktur divisi pemasaran dan penjualan sebagai gambaran lebih jelas terkait lingkup kerja proyek.



Gambar 12. Struktur Organisasi

Pada halaman selanjutnya, disajikan pengertian struktur organisasi secara ringkas yang diambil dari teori sebelumnya pada proyek ini. Gambar struktur organisasi ini dibagi menjadi dua (2) yaitu struktur secara keseluruhan dan struktur khusus divisi pemasaran dan penjualan. Selanjutnya pada halaman di buku ini, dijelaskan deskripsi pekerjaan dari setiap divisi terkait. Dimulai dari keterangan pekerjaan di struktur organisasi sebelumnya, dan dilanjutkan pada divisi pemasaran dan penjualan secara lengkap.



Gambar 13. Job Description

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Proyek ini dilakukan untuk membantu PT Central Mandiri Perkasa memperbaiki cara kerja di divisi pemasaran dan penjualan. Masalah yang ada sebelumnya adalah tidak jelasnya pembagian tugas, pekerjaan yang saling tumpang tindih, dan kurangnya koordinasi antar karyawan.
2. Melalui observasi, wawancara, dan analisis, penulis berhasil membuat struktur organisasi yang lebih jelas dan analisis jabatan (uraian tugas) yang rinci untuk setiap posisi. Proyek ini juga berhasil disosialisasikan kepada karyawan dan pimpinan perusahaan.
3. Hasilnya, seluruh target proyek bisa tercapai 100%, dan diharapkan dengan pembagian tugas yang lebih jelas ini, pekerjaan di perusahaan menjadi lebih rapi, kinerja karyawan meningkat, serta perusahaan bisa berkembang lebih baik ke depannya.

5.2 Keterbatasan Proyek

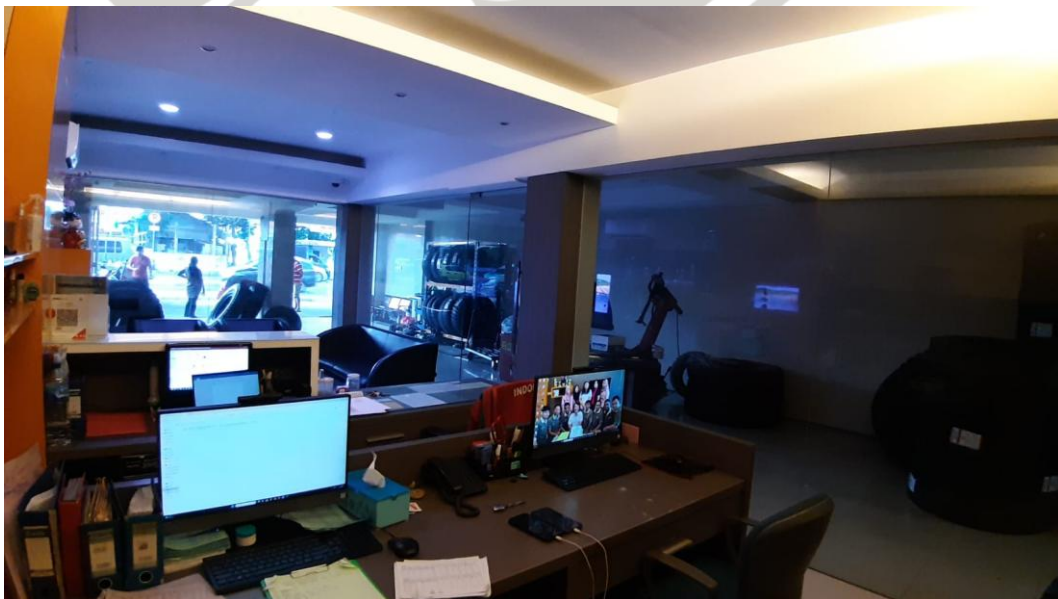
1. Dalam menjalankan proyek, ada keterbatasan dalam waktu. Waktu pengumpulan data dan realisasi sangat dekat, sehingga pengumpulan data harus cepat dan tepat.
2. Keterbatasan pengumpulan data tidak dapat di diambil semua dari internal perusahaan sehingga data yang penting untuk dikelola seperti data karyawan yang terbatas jumlahnya.
3. Keterbatasan dalam realisasi proyek untuk melakukan sosialisasi dengan mengumpulkan karyawan, dan waktu sosialisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aura, R. R. (2024). Keterkaitan Job Specification Pada Kinerja Karyawan. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 18-24.
- Babullah, R. (2024). Mengenal Sumber Daya Manusia (SDM): Pengertian dan Fungsinya. *Jurnal Arjuna: Publikasi Ilmu Pendidikan, Bahasa dan Matematika*, 187-204.
- Hakim, A. N. (2022). Peran Struktur Organisasi Terhadap Produktivitas Perusahaan Pada CV. Kreasi Mandiri. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 69-72.
- Hakim, N. A. (2022). Peran Struktur Organisasi Terhadap Produktivitas Perusahaan Pada CV. Kreasi Mandiri. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 69-72.
- Hidayat, R. (2023). Manajemen Sumber Daya Manusia (Studi Kasus: Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Qurrota A'yun). *Jstaf: Siddiq, Tabligh, Amanah*, 392 - 401.
- Komalasari, S., Urrahmah, N., & Maisarah, S. (2022). Analisis Jabatan Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai*, 91-101.
- Marwiyah, M.Si, D. (2022). *Organisasi Dan Manajemen*. Depok: CV. Zenius Publisher.
- Nawawi, T. (2024). Pelatihan Strategi Manajemen Penjualan Pada UKM. *Jurnal Budimas*, 1-8.
- Nawawi, T. (2024). Pelatihan Strategi Manajemen Penjualan Pada UKM. *Jurnal Budimas*, 1-8.
- Saragih, R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Volume Penjualan PT. Lestari Alam. *Jurnal Manajemen*, 165-172.
- Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 250-257.
- Sitompul, M. A. (2024). Implementasi Metode *Root Cause Analysis* (RCA) Untuk Mengendalikan *Reject* Produk Np Project Di PT. Xyz. *Journal Of Manufacturing In Industrial Engineering And Technology (Mine-Tech)*, 83-92.
- Syadidah, F., & Kamaruddin, S. (2024). Peran Sentral Manajemen Penjualan Dalam Mendorong Pertumbuhan Bisnis Wirausaha. *Pinsi Journal Of Art, Humanity & Social Studies*, 359-363.
- Tambunan, N. H., & Pandiangan, M. S. (2024). Pengaruh Kegunaan Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM). *Jurnal Mahasiswa Humanis*, 650-658.
- Tanumihardjo, S. (2020). Pengaruh Analisis Jabatan Terhadap Kinerja Pegawai (Studi Pada Sekretariat Daerah Pemerintah Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Publik (Jap)*, 1114-1122.
- Umar, N. (2021). Pengaruh Job Description Dan Analisa Jabatan Terhadap Kinerja Pegawai Pada Badan Pusat Statistik (Bps) Kabupaten Pidie. *Jurnal Real Riset*, 286-297.
- Yusra, Z. (2021). Pengelolaan LKP Pada Masa Pendmik Covid-19. *Journal Of Lifelong Learning*, 15-22.

LAMPIRAN

Lampiran Gambar



LAMPIRAN FORM CHECKLIST PRA SEMHAS KOMPRES



Fakultas
Ekonomi & Bisnis

Villa Puncak Tidar N-01, Malang 65151 Jawa Timur-Indonesia
Telp: +62-341 550-171 Fax: +62-341 550175
E-mail: feb@machung.ac.id
http://www.machung.ac.id

FORMULIR CHECKLIST MASUKAN DOSEN PADA UJIAN SEMINAR HASIL & KOMPREHENSIF (TUGAS AKHIR)

NO	NAMA	NIM
1	Olivia Crysanthi Winata	111910049
2	Ingrid Christin Angela Panjaitan	112310067
3		
4		

Judul Laporan Tugas Akhir:

**PENYUSUNAN ANALISIS JABATAN DAN STRUKTUR ORGANISASI BAGIAN
PEMASARAN DAN PENJUALAN PADA PT CENTRAL MANDIRI PERKASA**

NO	NAMA DOSEN	STATUS	DIREVISI TGL	TTD
1	Sahala Manalu, S.E., M.M.	Dosen Pembimbing Utama	28/07/2025	1.
2	I Gusti Ngurah Agung Arya Bhakta Narayana, S.M., M.M.	Dosen Pembimbing Pendamping	28/07/2025	2.
3	Peter Remy Yosy Pasla, S.E., M.Bus.	Dosen Ketua Penguji	30/07/2025	3.
4	Dr. Felik Sad Windu Wisnu Broto, S.S., M.Hum.	Dosen Anggota Penguji	30/07/2025	4.

Berdasarkan persetujuan dosen pembimbing dan dosen penguji di atas, maka laporan ini dapat dilanjutkan ke dalam tahap pengesahan (lembar pengesahan) & pengecekan Plagiasi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

*Formulir ini untuk dapat dikumpulkan beserta dengan Laporan Final ke Unit Perpustakaan beserta dengan Sekretariat Fakultas.

LAMPIRAN FORM FINAL TUGAS AKHIR



Fakultas
Ekonomi & Bisnis

Villa Puncak Tidar N-01, Malang 65151 Jawa Timur-Indonesia
Telp: +62-341 550-171 Fax : +62-341 550175
E-mail: feb@machung.ac.id
http://www.machung.ac.id

FORMULIR FINAL JUDUL TUGAS AKHIR

NAMA MAHASISWA	OLIVIA CRYSANTHY WINATA
NIM	111910049
PROGRAM STUDI	Manajemen
KONSENTRASI	<i>Family Business</i>
JENIS TA	PROYEK
JUDUL TUGAS AKHIR (INDONESIA)	PENYUSUNAN ANALISIS JABATAN DAN STRUKTUR ORGANISASI BAGIAN PEMASARAN DAN PENJUALAN PADA PT CENTRAL MANDIRI PERKASA
JUDUL TUGAS AKHIR (INGGRIS)	<i>DESIGNING JOB ANALYSIS AND ORGANIZATIONAL STRUCTURE FOR THE MARKETING AND SALES DIVISION OF PT CENTRAL MANDIRI PERKASA</i>

Hormat saya,
Mahasiswa,


OLIVIA CRYSANTHY WINATA
NIM: 111910049

Catatan:



Fakultas
Ekonomi & Bisnis

Villa Puncak Tidar N-01, Malang 65151 Jawa Timur-Indonesia
Telp: +62-341 550-171 Fax : +62-341 550175
E-mail: feb@machung.ac.id
http://www.machung.ac.id

FORMULIR FINAL JUDUL TUGAS AKHIR

NAMA MAHASISWA	INGRID CHRISTIN ANGELA PANJAITAN
NIM	112310067
PROGRAM STUDI	Manajemen
KONSENTRASI	Manajemen Inovasi
JENIS TA	PROYEK
JUDUL TUGAS AKHIR (INDONESIA)	PENYUSUNAN ANALISIS JABATAN DAN STRUKTUR ORGANISASI BAGIAN PEMASARAN DAN PENJUALAN PADA PT CENTRAL MANDIRI PERKASA
JUDUL TUGAS AKHIR (INGGRIS)	DESIGNING JOB ANALYSIS AND ORGANIZATIONAL STRUCTURE FOR THE MARKETING AND SALES DIVISION OF PT CENTRAL MANDIRI PERKASA

Hormat saya,
Mahasiswa

INGRID CHRISTIN ANGELA PANJAITAN
NIM: 112310067

Catatan:

LAMPIRAN FORM PUBLIKASI TA PROYEK



Ekonomi & Bisnis

Vila Puncak Tidar N-01, Malang 65151 Jawa Timur-Indonesia
Telp +62-341 550-171 Fax +62-341 550175
E-mail feb@machung.ac.id
http://www.machung.ac.id

TANDA SERAH TERIMA ARTIKEL

Nama Penulis : Ingrid Christin Angela Panjaitan
NIM : 112310067
Judul Artikel* : PENYUSUNAN ANALISIS JABATAN DAN STRUKTUR ORGANISASI BAGIAN PEMASARAN DAN PENJUALAN PADA PT CENTRAL MANDIRI PERKASA

NO.	KETERANGAN	TANGGAL DITERIMA / NAMA PENERIMA
1	Artikel untuk jurnal online Ma Chung ▪ Soft copy	31/07 ¹²⁵  Faizal
2	Artikel yang dimuat di jurnal lain ▪ Link publikasi video proyek (youtu.be/wy9UMeciRbo?si=Tc9xDk-P827vMK5y)	31/07 ¹²⁵  Faizal

Yang Menyerahkan,


Ingrid Christin A. Panjaitan
NIM. 112310067

Diterima oleh,


Faizal Beni Akbar
NIP: 20220001