

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil dan Pembahasan

4.1.1 Prosedur Administrasi Departemen *Marketing* PT Bhakti Tamara

Dalam melaksanakan kerja praktek di Departemen *Marketing* PT Bhakti Tamara Royal Residence selama tiga bulan, Penulis mendapatkan berbagai pelajaran berharga tentang bagaimana mengelola administrasi kantor pada suatu departemen maupun perusahaan. Administrasi merupakan proses kegiatan kerjasama yang sangat bersifat pekerjaan kantor meliputi kegiatan mencatat, surat-menyurat dan yang bersifat ketatausahaan. Administrasi kantor memegang peranan yang sangat penting pada perusahaan, karena dengan administrasi yang dikelola dan diorganisir dengan baik maka akan memperlancar jalannya kegiatan operasional dalam mencapai tujuan perusahaan, seperti yang terlihat dalam pengelolaan administrasi pada Departemen *Marketing* PT Bhakti Tamara Royal Residence Surabaya.

A. Peranan Administrasi

Pada dasarnya administrasi kantor yang diterapkan pada PT Bhakti Tamara Royal Residence ini berperan penting dalam memudahkan atau meringankan tugas orang-orang yang menjalankan kegiatan perkantoran terutama karyawan pada Departemen *Marketing*. Mengingat Departemen *Marketing* merupakan ujung tombak dari perusahaan, dimana setiap kegiatan operasional yang dilakukan oleh perusahaan dimulai dari departemen ini. Calon pembeli yang

berminat untuk membeli rumah atau kavling, pada awalnya akan berhubungan dengan *Marketing Executives* yang tergabung dalam Departemen *Marketing* ini. Jadi atau tidaknya seorang calon pembeli membeli produk dari perusahaan tergantung dari cara seorang *Marketing Executive* meyakinkan calon pembeli tersebut. Maka dari itu administrasi sangat dibutuhkan dalam proses ini.

Secara garis besar, peranan administrasi pada Departemen *Marketing* PT. Bhakti Tamara Royal Residence adalah sebagai berikut :

1. Memperlancar kegiatan-kegiatan dan pekerjaan yang dilaksanakan setiap hari dalam perusahaan agar dapat berjalan dengan tepat waktu.
2. Memudahkan dan meringankan tugas para karyawan pada Departemen ini.
3. Membantu kelancaran perkembangan perusahaan.
4. Melayani pelaksanaan pekerjaan operatif untuk mencapai target penjualan.
5. Memberikan semua keterangan-keterangan yang lengkap dan yang diperlukan kepada pihak yang membutuhkan.

Administrasi pada Departemen *Marketing* PT Bhakti Tamara Royal Residence bersifat komunikatif. Hal ini dikarenakan setiap kegiatan yang dilakukan pada departemen ini berhubungan dengan pertukaran informasi dan data yang sangat dibutuhkan oleh departemen lain maupun pihak terkait yang melakukan kerjasama dengan perusahaan ini. Petugas administrasi atau pada departemen ini disebut sebagai *Marketing Administrator* melakukan pengelolaan administrasi yang bersifat komunikatif di antaranya :

1. Menyediakan keterangan-keterangan yang berhubungan dengan penjualan rumah maupun kavling.
2. Memberikan data-data *customer* kepada pihak bank untuk realisasi KPR.
3. Menyediakan data bagi pihak *purchasing* untuk proses pemesanan bonus.
4. Memberikan informasi kepada calon pembeli mengenai beberapa *type* rumah yang menjadi produk dari PT Bhakti Tamara Royal Residence.

Administrasi yang baik tentunya akan dapat memberikan informasi yang cepat, tepat, dan lengkap. Karena administrasi merupakan proses kerjasama antara dua manusia atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

B. Kinerja Administrasi

Kinerja administrasi pada Departemen *Marketing* PT Bhakti Tamara Royal Residence menciptakan komunikasi yang baik dalam perusahaan, hal ini berhubungan erat dengan penyampaian informasi dan data yang diperlukan dalam kegiatan operasional perusahaan. Agar kinerja ini bertambah baik dari waktu ke waktu maka dibutuhkan pembaharuan pengelolaan administrasi yang dapat mengikuti perkembangan jaman dan pangsa pasar yang sedang *trend* saat ini.

Apabila sistem administrasi yang lama dirasa kurang mampu mengakomodasi kepentingan dan keperluan perusahaan, maka jangan ragu untuk mengubah atau mengganti sistem administrasi yang ada. Sejauh hal itu dapat memudahkan pekerjaan para karyawan yang ada di dalamnya.

Kegiatan administrasi yang dilaksanakan sebagai pusat kegiatan kantor tidak terlepas dari seluruh peralatan kantor yang dimiliki perusahaan. Kegiatan

utama administrasi Departemen *Marketing* PT Bhakti Tamara Royal Residence adalah kerjasama dari sekelompok orang yang bertugas menangani surat-surat atau data kelengkapan *customer* dalam proses jual beli rumah atau kavling, penggunaan peralatan elektronik (komputer, mesin *fax*, mesin *fotocopy*, dan internet) dalam pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, maka perusahaan sangat mengutamakan komunikasi yang baik dan lancar antar departemen dalam satu perusahaan maupun juga dengan pihak-pihak luar yang bekerjasama dengan perusahaan. Penggunaan alat-alat kantor seperti komputer, mesin *fax*, mesin *fotocopy* sangat membantu dalam melakukan komunikasi dan penyampaian informasi bagi perusahaan. Data-data dan juga keterangan-keterangan yang dibutuhkan dapat disampaikan dengan praktis menggunakan peralatan kantor tersebut. Misalnya saja departemen lain membutuhkan informasi mengenai data *customer*, *Marketing Administrator* hanya perlu memberikan copyan data tersebut dengan memfotocopy terlebih dahulu data tersebut dengan menggunakan mesin *fotocopy*, kemudian memberikannya kepada departemen lain. Hal ini jauh lebih praktis ketimbang *Marketing Administrator* harus menulis semua data yang dibutuhkan Departemen lain secara manual.

Administrasi yang dilakukan selama ini sangat mendukung seluruh program kegiatan kantor, yaitu dengan administrasi yang teliti dan rapi dalam penyampaian setiap data dan informasi yang diperoleh dari pihak luar dapat dilaksanakan dengan baik dan mampu diolah secara maksimal. Sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan dari pengelolaan administrasi yang baik tersebut.

Untuk menciptakan kinerja yang efektif dan efisien, pimpinan telah melakukan pembagian kerja dan tanggung jawab guna menjaga kekeliruan tumpang tindih dalam pekerjaan. Dari pembagian tanggung jawab pada masing-masing bidang dalam perusahaan akhirnya telah menghasilkan suatu kinerja pekerjaan yang baik dan memuaskan sampai unit terkecil dalam perusahaan, serta untuk mempermudah atasan dalam melakukan pengawasan.

C. Hubungan Peranan Administrasi dengan Pembagian Struktur Organisasi dan Tanggung Jawab

Dilihat dari struktur organisasinya, PT Bhakti Tamara Royal Residence Surabaya menggunakan struktur organisasi lini dan staf. Dimana setiap pimpinan bertanggung jawab memimpin karyawannya masing-masing dan memberikan pedoman serta petunjuk dalam membimbing pelaksanaan tugas karyawannya.

PT Bhakti Tamara Royal Residence Surabaya sebagai objek penelitian adalah merupakan suatu perusahaan yang menangani kebutuhan calon pembeli dalam bidang penjualan dan pembelian rumah atau kavling yang merupakan kebutuhan primer bagi masyarakat. Untuk memenuhi tugas dan mendukung kegiatan dalam memberikan pelayanan yang maksimal bagi calon pembeli, sangat diperlukan suatu prosedur administrasi yang baik dan teratur sejalan dengan perkembangan jaman dan kebutuhan pasar yang ada.

Adapun peranan administrasi pada PT Bhakti Tamara Royal Residence Surabaya sekarang ini adalah untuk memperlancar jalannya proses administrasi, dalam hal ini berbagi data dan informasi yang diperlukan dalam membantu kegiatan sehari-hari. Peranan administrasi dalam kegiatan operasional perusahaan

terjadi karena setiap pegawai bertanggung jawab terhadap satu jenis pekerjaan yang telah menjadi tugasnya dari awal sesuai dengan *job description* dan *job spesification*.

Untuk dapat mempertanggungjawabkan pelimpahan wewenang yang diberikan pimpinan, maka setiap karyawan harus mengetahui benar apa yang menjadi tugas mereka. Jangan sampai terjadi kesalahpahaman di kemudian hari, yang bisa menyebabkan terhambatnya pekerjaan kantor dan juga menyebabkan ketidakpercayaan pimpinan terhadap kemampuan yang kita miliki. Kegiatan-kegiatan kerjanya juga perlu mendapat pengawasan khusus, agar aktivitas-aktivitas berjalan sesuai dengan apa yang direncanakan.

Dengan adanya prosedur pengelolaan administrasi pada PT Bhakti Tamara Royal Residence Surabaya mengenai pelaksanaan penyelenggaraan kegiatan kantor, maka setiap karyawan pada masing-masing departemen telah mempunyai rincian pekerjaan dan tanggung jawab masing-masing, sehingga penyelenggaraan pekerjaan kantor dapat dilakukan dengan baik karena sesuai dengan tugas mereka.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa peranan dari prosedur pengelolaan administrasi merupakan suatu pelaksanaan pekerjaan dari awal sampai akhir, dimana setiap pekerjaan harus diselesaikan dan dipertanggungjawabkan. Walaupun pada hakekatnya tanggung jawab perusahaan tetap berada pada pimpinan tetapi apabila terjadi suatu kesalahan yang mengakibatkan kerugian terhadap berbagai pihak, maka itu disebabkan adanya kesalahan dalam pelaksanaan tugas administrasi perusahaan tersebut.

4.1.2 Kegiatan Administrasi Departemen *Marketing* PT Bhakti Tamara Royal Residence Surabaya

Dalam setiap kegiatan suatu perusahaan sudah pasti terdapat proses administrasi. Prosedur pengelolaan administrasi yang baik dan teratur akan memudahkan para karyawan dalam proses penyelesaian pekerjaan kantor sesuai dengan *job description* dan *job specification* masing-masing. Selain itu juga membantu kegiatan operasional perusahaan sehingga memperlancar tercapainya tujuan perusahaan.

Proses administrasi yang dilakukan pada Departemen *Marketing* PT Bhakti Tamara Royal Residence sangatlah beragam, di antaranya adalah :

1. Pengelolaan arsip.
2. Pengorganisasian surat masuk dan surat keluar.
3. Pengelolaan *petty cash* atau kas kecil,
4. Penanganan alat-alat kantor seperti telepon, mesin *fax*, dan mesin *fotocopy*.

Untuk lebih lengkapnya, Penulis akan menjabarkan kegiatan administrasi apa saja yang dilakukan pada Departemen *Marketing* PT Bhakti Tamara secara terperinci di bawah ini.

A. Pengelolaan Arsip

PT Bhakti Tamara Royal Residence Surabaya merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *real estate* dan *developer* yang kegiatan operasionalnya sangat berhubungan dengan pelayanan *customer*. Seluruh berkas-berkas yang berhubungan dengan *customer* merupakan alat untuk menggerakkan roda perusahaan. Dengan berkas-berkas tersebut departemen *Marketing* dapat

memproses pembelian rumah atau kavling yang dilakukan oleh *customer* tersebut. Dengan berkas tersebut tidak hanya memudahkan pekerjaan departemen *Marketing* saja, melainkan juga memudahkan pekerjaan pada departemen lain. Pada departemen lain berkas-berkas tersebut juga digunakan untuk memproses dan melayani kebutuhan *customer*. Seperti pada Departemen Legal, berkas-berkas pembelian dari *customer* digunakan untuk kepentingan pembuatan akte pembelian, untuk pengikatan, maupun perjanjian AJB maupun PAJB.

a. Proses Pengarsipan

1. Berkas-berkas *customer* tersebut merupakan data-data yang berhubungan dengan *customer* dalam proses pembelian rumah atau kavling di PT Bhakti Tamara Royal Residence. Data tersebut terdiri dari :
 - a. Tanda Pemesanan Sementara (TPS) atau *Booking Confirmation* (BC).
 - b. *Fotocopy* KTP (Kartu Tanda Penduduk).
 - c. *Fotocopy* KK (Kartu Keluarga).
 - d. *Fotocopy* Surat Nikah apabila calon pembeli sudah menikah.
 - e. *Fotocopy* slip gaji untuk kepentingan realisasi KPR.
 - f. *Fotocopy* NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak).
 - g. *Fotocopy* SPK (Surat Penawaran Kredit) dari Bank yang menawarkan proses KPR.
2. Kemudian seluruh berkas-berkas tersebut ditempatkan dalam sebuah map gantung (*hanging map*) dan disimpan dalam sebuah lemari penyimpanan yang disebut dengan *filing cabinet*. Penyimpanan arsip tersebut

diklasifikasikan sesuai dengan Sistem Penomoran. Arsip tersebut dikelompokkan menurut nomor rumah atau kavling dari *customer* tersebut.



Gambar 4. 1 Hanging Map

3. Untuk memudahkan pengambilan kembali arsip yang telah dikelompokkan berdasarkan nomor rumah atau kavling dan telah disimpan dalam *hanging map*, maka *Marketing Administrator* masih harus memilah-milah lagi arsip tersebut. Arsip tersebut masih harus dikelompokkan dalam beberapa *cluster*.

Terdapat beberapa *cluster* di PT Bhakti Tamara Royal Residence, yaitu :

- a. *Cluster* Buckingham (B01)
- b. *Cluster* Kensington (B02)
- c. *Cluster* Balmoral (B03)
- d. *Cluster* Windsor (B05)
- e. *Cluster* Harewood (B09)

- f. *Cluster* Winchester (B10)
- g. *Cluster* De Rosenberg (B11)
- h. *Cluster* Addington (C01)
- i. *Cluster* Blenheim (C02)
- j. *Cluster* Blenheim (C03)

Maka data dari setiap *customer* akan ditempatkan sesuai dengan jenis *clusternya*. Dalam setiap *cluster* tersebut, data dari *customer* akan diarsip pada *hanging map* yang telah diurutkan berdasarkan nomor rumahnya.

Dimulai dari nomor rumah yang paling kecil kemudian disusul nomor rumah yang besar.



Gambar 4.2 Filing Cabinet sesuai dengan cluster

4. *Filing cabinet* telah dikelompokkan sesuai dengan jenis *clusternya*. *Marketing Administrator* tinggal memasukkan arsip tersebut (yang telah dikelompokkan sesuai nomor rumah atau kavling dan telah ditempatkan dalam *hanging map*) ke dalam *filing cabinet* sesuai dengan *clusternya*.

b. Guna Arsip pada Departemen *Marketing*

Pada Departemen *Marketing* PT Bhakti Tamara Royal Residence Surabaya arsip memiliki guna informasi. Dimana arsip merupakan alat rujukan dalam pencarian informasi atau sumber ingatan apabila diperlukan. Data-data yang telah disimpan merupakan informasi yang sangat penting bagi perusahaan dimana data tersebut digunakan untuk menggerakkan roda perusahaan.

Arsip yang berisi data-data kelengkapan *customer* dalam proses penjualan dan pembelian termasuk dalam arsip penting. Arsip tersebut memiliki nilai hukum dan juga dokumentasi. Apabila arsip tersebut hilang maka akan fatal akibatnya bagi perusahaan. Bahkan dalam departemen *Marketing*, kehilangan data-data dari *customer* tersebut dapat dikenai denda. Untuk itu diperlukan sistem pengelolaan arsip yang baik, agar segala hal buruk dapat dihindari.

Arsip yang berisi data dari *customer* merupakan arsip aktif yang bersifat dinamis dimana arsip tersebut digunakan dalam keperluan sehari-hari. Apabila seorang *customer* membeli sebuah rumah dengan cara KPR ataupun angsuran, maka data mereka akan sangat diperlukan setiap hari untuk dilakukan pengecekan dan pembaruan data setiap ada transaksi yang dilakukan. Oleh sebab itu arsip tersebut disimpan dalam unit pengolah dalam hal ini disimpan oleh *Marketing Administrator* di *filing cabinet* yang telah dijelaskan sebelumnya. Hal ini

bermaksud untuk memudahkan pengecekan ulang bilamana sewaktu-waktu diperlukan sebagai bahan baku informasi yang harus dikeluarkan dari tempat penyimpanan.

c. Pengorganisasian Arsip Pada Departemen *Marketing*

Pada PT Bhakti Tamara Royal Residence, pengorganisasian arsip dilakukan secara Desentralisasi. Dimana pengelolaan dan penyimpanan arsip dilakukan pada setiap unit kerja dalam satu perusahaan, dengan kata lain setiap unit kerja mengelola dan menyimpan arsipnya sendiri-sendiri.

Namun pengelolaan dan penyimpanan arsip ini bermula dari Departemen *Marketing*, sebagai departemen yang pertama berhubungan dengan *customer*. Calon pembeli yang berminat membeli rumah pada PT Bhakti Tamara Royal Residence pasti pertama kali menghubungi *Marketing Executives*. Oleh *Marketing Executives* akan diproses keinginan dari calon pembeli tersebut. Langkah selanjutnya adalah :

1. *Marketing Executives* mengisi Tanda Pemesanan Sementara (TPS) sebagai bukti bahwa *customer* berminat melakukan pembelian rumah atau kavling di PT Bhakti Tamara Royal Residence. TPS ini merupakan awal mula dari transaksi pembelian yang dilakukan *customer*. TPS ini berisi
 - a. Nama *customer*,
 - b. Alamat *customer*,
 - c. Nomor telepon,
 - d. Nomor *fax*,
 - e. Tipe rumah yang dibeli,

- f. Luas bangunan,
- g. Luas tanah dari bangunan yang dibeli,
- h. Jenis pembayaran yang akan digunakan.

Untuk awal mula, TPS ini masih berupa tulisan tangan dari *Marketing Executives* yang menangani transaksi jual beli ini.

2. Kemudian setelah *deal*, *Marketing Executives* memberikan data tersebut kepada *Marketing Administrator* yang kemudian akan diproses sesuai dengan alur yang berlaku. TPS tersebut memiliki rangkap tiga.

- a. Rangkap pertama berwarna putih sebagai bukti bagi departemen *finance*.
- b. Rangkap kedua berwarna kuning sebagai bukti bagi *customer*.
- c. Rangkap ketiga berwarna biru sebagai bukti bagi departemen *Marketing* sendiri (sebagai *file*).

3. TPS dan juga data diri dari *customer* inilah yang kemudian oleh *Marketing Administrator* didistribusikan kepada departemen lain. Tetapi terlebih dahulu, data ini difotocopy baru kemudian diberikan kepada departemen lain yang juga membutuhkan informasi ini. Data asli tetap berada di lemari penyimpanan Departemen *Marketing*.

4. Setelah didistribusikan kepada departemen lain yang membutuhkan, data ini kemudian disimpan secara pribadi oleh masing-masing departemen ini. Jadi setiap unit kerja memiliki arsip sendiri-sendiri dan dapat mengolah dan menyimpannya secara baik.

Dengan sistem secara desentralisasi ini ada beberapa keuntungan yang dapat diambil oleh perusahaan yakni :

- 1. Keperluan arsip mudah terpenuhi.

Dengan adanya arsip yang dimiliki dimasing-masing unit kerja maka pekerjaan yang dilakukan bisa langsung dikerjakan. Suatu departemen tidak usah meminta informasi ke departemen lain untuk bisa mengerjakan pekerjaan yang ada hubungannya dengan *customer*. Karena mereka telah memiliki arsip sendiri, sehingga mempersingkat pengerjaan tugas.

2. Penanganan arsip lebih mudah dilakukan.

Dengan memiliki arsip di setiap unit kerja maka karyawan akan lebih mudah mengenali arsip tersebut, seperti dimana arsip itu disimpan, arsip tersebut mengenai apa, digunakan untuk apa, siapa yang menangani. Sehingga arsip tersebut akan langsung ditangani dengan baik.

Bukan hanya keuntungan saja yang bisa diambil dari sistem ini. Sistem desentralisasi ini juga memiliki kelemahan. Perusahaan harus menyediakan peralatan dan perlengkapan arsip di setiap unit kerja. Tetapi bila ditinjau dari keefektifan dan keefisiensinya, maka tidak terlalu berlebihan apabila perusahaan mengeluarkan dana tambahan untuk ketersediaannya peralatan arsip ini, karena akan mampu memberikan keuntungan yang lebih besar lagi bagi perusahaan. Yakni pekerjaan akan dapat diselesaikan dengan waktu yang lebih cepat pula.

d. Peminjaman Arsip pada Departemen *Marketing*

Peminjaman arsip juga sering terjadi pada departemen *Marketing* Royal Residence. Biasanya peminjaman terjadi apabila *Marketing Manager* ataupun *Marketing Director* meminta arsip ini sebagai bahan acuan untuk menyelesaikan masalah yang ada hubungannya dengan *customer* ataupun pembangunan rumah

customer. Peminjaman juga bisa terjadi apabila departemen lain meminta data dari *customer* tersebut.

Agar pekerjaan kantor masih tetap berjalan walaupun arsip tersebut dipinjam, *Marketing Administrator* harus membuat catatan peminjaman. Hal ini bertujuan agar *Marketing Administrator* masih bisa melacak keberadaan arsip tersebut. Karena bisa saja arsip tersebut sewaktu-waktu diperlukan sendiri oleh *Marketing Administrator* untuk menyelesaikan pekerjaannya. Selain itu juga menghindari terjadinya kehilangan arsip yang penting.

Untuk menghindari hal di atas, maka *Marketing Administrator* membuat suatu catatan peminjaman arsip. Untuk meminjam arsip dari Departemen *Marketing*, ada beberapa proses atau tahap yang harus dilalui peminjam.

1. Bila arsip dipinjam oleh karyawan dari satu departemen (biasanya dipinjam oleh *Marketing Manager*, *Marketing Director*, atau *Marketing Executives*).
 - a. Si peminjam mengajukan permintaan dengan menghubungi *Marketing Administrator* melalui telepon atau secara langsung.
 - b. Kemudian *Marketing Administrator* mencatat arsip apa saja yang akan dipinjam ke dalam suatu catatan peminjaman. Di dalam catatan tersebut terdapat beberapa keterangan, diantaranya :
 - 1) No urut.
 - 2) Tanggal peminjaman arsip.
 - 3) Nomor rumah atau kavling dari arsip yang dipinjam.
 - 4) Nama peminjam.
 - 5) Paraf peminjam.
 - 6) Tanggal pengembalian arsip.

- c. *Marketing Administrator* memberikan arsip tersebut kepada si peminjam.
2. Bila arsip dipinjam oleh karyawan dari departemen lain.
 - a. Karyawan pada departemen lain menghubungi *Marketing Administrator* untuk meminjam arsip secara langsung maupun lewat telepon.
 - b. Kemudian *Marketing Administrator* mencatat arsip apa saja yang ingin dipinjam oleh karyawan tersebut ke dalam suatu Tanda Terima berupa kertas kecil yang nantinya akan dijadikan bukti bahwa arsip tersebut telah diserahkan kepada peminjam. Isi dari Tanda Terima tersebut adalah :
 - 1) Tanggal peminjaman arsip.
 - 2) Arsip apa saja yang dipinjam.
 - 3) Nama peminjam.
 - 4) Nama orang yang menerima permintaan peminjaman.
 - 5) Tanda tangan dari orang yang meminjam arsip dan orang yang menerima permintaan peminjaman.
 - c. Arsip yang dibutuhkan oleh peminjam tersebut disiapkan. Lalu sebelum arsip tersebut diberikan kepada si peminjam, *Marketing Administrator* memfotocopy arsip tersebut.
 - d. *Marketing Administrator* memberikan arsip tersebut kepada si peminjam sambil meminta si peminjam menandatangani Tanda Terima yang dibuat oleh *Marketing Administrator* sebelumnya sebagai bukti.

Sebenarnya proses peminjaman arsip yang dilakukan pada departemen *Marketing* PT Bhakti Tamara Royal Residence belum memenuhi standar peminjaman arsip yang benar. Seharusnya arsip yang dipinjam dibuatkan masing-

masing kartu pinjam arsip yang dibuat rangkap tiga. Masing-masing lembar rangkap memiliki fungsi yang berbeda yaitu :

- a. Lembar pertama disimpan oleh petugas pada unit kearsipan sebagai alat pengingat. Apabila warkat yang dipinjam telah kembali, maka lembar pertama kartu pinjam arsip ini dikembalikan kepada peminjam sebagai bukti bahwa arsip yang dipinjam telah dikembalikan.
- b. Lembar kedua dimasukkan de dalam folder tempat arsip yang dipinjam itu disimpan, sebagai pengganti arsip yang dipinjam. Apabila arsip yang dipinjam telah dikembalikan, lembar kedua kartu pinjam arsip ini dicabut, untuk kemudian dimusnahkan.
- c. Lembar ketiga dipakai sebagai tanda bukti pinjam pada peminjam arsip. Setelah arsip dikembalikan, lembar ketiga ini ikut dikembalikan kepada petugas unit kearsipan dan disimpan sebagai bahan untuk pembuatan statistik jumlah arsip yang pernah dipinjam.

e. Pengamanan dan Pemeliharaan Arsip pada Departemen *Marketing*

Pengamanan dan pemeliharaan arsip yang dilakukan pada departemen *Marketing* PT Bhakti Tamara Royal Residence, menurut Penulis sudah cukup baik. Hal ini terlihat dari keadaan arsip yang walaupun sudah berumur tahunan, tetapi masih dalam kondisi yang cukup baik dan masih bisa dilacak keberadaannya (penyimpanannya cukup rapi). Pengamanan dan pemeliharaan yang dilakukan yaitu :

1. Kualitas kertas yang digunakan adalah kertas yang kondisinya masih baik dalam arti menggunakan kertas yang masih baru berukuran A4 atau F4.

2. Tinta yang digunakan memiliki kualitas yang bagus. Sehingga dapat bertahan lama dan tidak luntur bila dipakai dalam jangka waktu yang lama.
3. Map tempat menyimpan arsip dipilih map yang kuat dan memiliki ketebalan yang baik sehingga map tidak mudah robek saat digunakan.
4. Memberikan laminasi untuk arsip yang sering digunakan agar kualitas kertas tetap terjaga dan tidak mudah robek karena seringnya arsip tersebut keluar masuk unit penyimpanan.
5. Kebersihan *filing cabinet* tempat menyimpan arsip cukup baik. Karena petugas kebersihan setiap hari membersihkan tempat tersebut. Sehingga tidak banyak debu yang menempel.
6. Tidak terkena sinar matahari secara langsung.

Selain arsip disimpan secara manual seperti yang Penulis jelaskan di atas, departemen *Marketing* PT Bhakti Tamara Royal Residence juga menyimpan arsip secara *electronic* atau biasa disebut sebagai *electronic filing*. Data-data *customer* yang diterima oleh departemen *Marketing* disimpan secara *electronic* dengan memasukkan data-data tersebut ke dalam suatu program. Yang pertama menggunakan bantuan *Microsoft Excel*, dan yang kedua menggunakan *software* penyimpanan yang dibuat oleh *Marketing Administrator*.

Pada penyimpanan arsip yang menggunakan bantuan *Microsoft Excel*, terdapat beberapa data yang disimpan, seperti :

- a. Nomor urut.
- b. Tanggal penjualan.
- c. Tanggal serah terima rumah atau kavling.
- d. Blok dan nomor.

- e. Jenis bangunan yang dibeli (rumah atau kavling)
- f. Tipe
- g. Luas tanah dan luas bangunan
- h. Nama *customer*.
- i. Nomor telepon atau *handphone*.
- j. Alamat *customer*.
- k. Nama *Marketing Executives* yang menangani.
- l. Sistem pembayaran yang digunakan (angsuran, KPR, atau tunai).
- m. Pekerjaan *customer*.

DATA CUSTOMER ROYAL RESIDENCE
TAHAP I 25 Ha; TAHAP II +/- 105 Ha
(BERDASARKAN ALPHABET)

Royal Residence
comfort is essential

Serah terima Wisma Mukti
Serah terima BT

NOTE:

B01 - BUCKINGHAM	B02 - KENSINGTON	B03 - BALMORAL	B05 - WINDSOR
B09 - HAREWOOD	B10 - WINCHESTER	B11 - DE ROSENBERG	C02-BLENHEIM
PT. WISMA MUKTI	C03-BLENHEIM		
PENJUALAN TIM MARKETING		PENJUALAN BROKER / DILUAR MARKETING	
TOTAL PENJUALAN : 677 UNIT RUMAH + KAVLING		TOTAL SERAH TERIMA: 406 (per 15-Jan-10)	
		TOTAL SERAH TERIMA SEPIHAK	

Gambar 4. 3 Electronic Filing Menggunakan Microsoft Excel 1

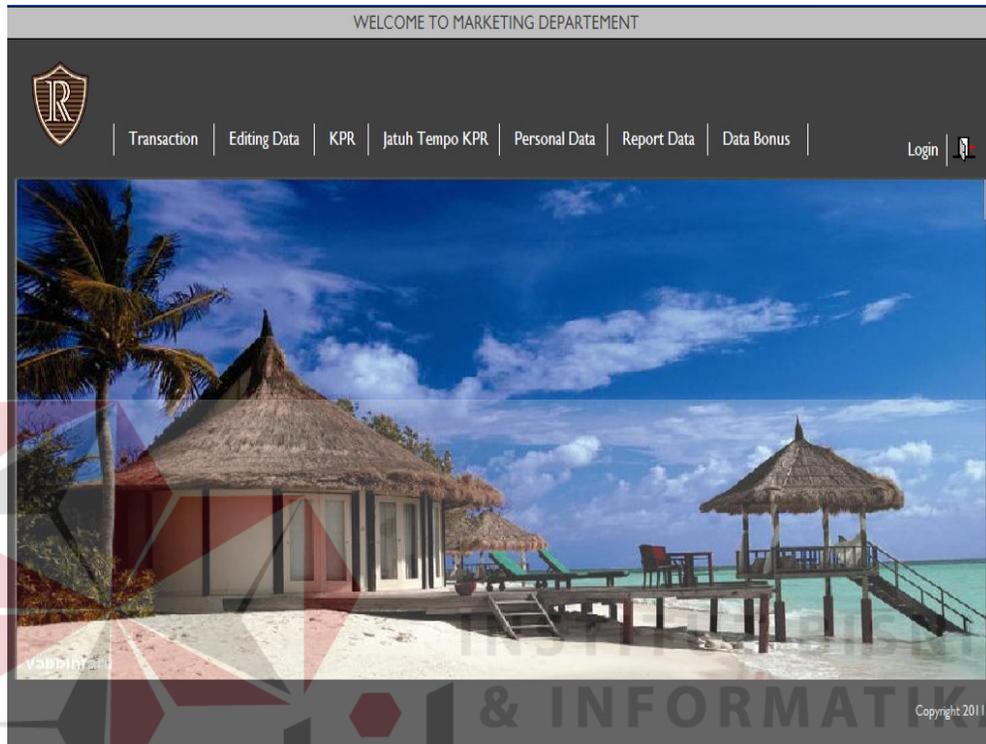
NOTE:

B01 - BUCKINGHAM	B02 - KENSINGTON	B03 - BALMORAL	B05 - WINDSOR
B09 - HAREWOOD	B10 - WINCHESTER	B11 - DE ROSENBERG	C02-BLENHEIM
PT. WISMA MUKTI	C03-BLENHEIM		
PENJUALAN TIM MARKETING		PENJUALAN BROKER / DILUAR MARKETING	
TOTAL PENJUALAN : 677 UNIT RUMAH + KAVLING		TOTAL SERAH TERIMA: 406 (per 15-Jan-10)	
		TOTAL SERAH TERIMA SEPIHAK	

No	Tanggal Penjualan	Tanggal Serah Terima	Blok/No	Jenis	Tipe	LTLB	Nama Customer	No. Telp / HP	Alamat
1	22-Dec-04	8-Feb-07	B02-017	Kavling	--	500	Adi	70595288	Taman Pondok Indah Blok UX-8, Surabaya
2	8-Jan-08	23-Feb-08	B02-084	Rumah	Cepheus	180/180	Andre Wijaja	70477872	R.A. Kartini 120, Surabaya

Gambar 4. 4 Electronic Filing Menggunakan Microsoft Excel 2

Sedangkan untuk *electronic filing* yang menggunakan *software* buatan *Marketing Administrator*, terdapat beberapa data yang disimpan di dalamnya.



Gambar 4. 5 Software Penyimpanan

Seperti yang tertera pada gambar 5.5 di atas, *software* penyimpanan yang dibuat oleh *Marketing Administrator* terdiri dari beberapa data penyimpanan yaitu:

- a. *Transaction*
- b. *Editing data*
- c. KPR
- d. Jatuh tempo KPR
- e. *Personal Data*
- f. *Report Data*

g. Data Bonus

Setiap data di atas bila kita pilih maka akan muncul informasi yang harus kita isi. Misalnya untuk data *Transaction*, bila kita memilih menu tersebut, maka akan muncul beberapa informasi yang harus kita isi sebagai kelengkapan data.

Gambar 4. 6 Menu transaction pada software penyimpanan

Informasi yang harus dilengkapi pada menu *Transaction* adalah sebagai

berikut :

- a. No MKT
- b. Kode unit
- c. Tanggal pembelian dan tanggal serah terima
- d. Nama *customer*
- e. Alamat
- f. Kota

- g. Telepon
- h. Nomor *fax*
- i. No KTP/SIM
- j. No NPWP
- k. *Cluster*
- l. *Type*
- m. Jenis
- n. Luas tanah
- o. Luas bangunan
- p. Nama *marketing*
- q. Harga penjualan
- r. *Discount*
- s. Harga netto
- t. *Term payment*
- u. Tanda jadi
- v. Total uang muka
- w. Sisa belum dibayar
- x. Keterangan
- y. Status bonus

B. Pengorganisasian Surat Masuk dan Surat Keluar

Surat merupakan media komunikasi yang sampai saat ini masih dipergunakan di perusahaan maupun di kantor-kantor, termasuk di PT Bhakti Tamara Royal Residence. Surat merupakan alat komunikasi yang menghubungkan

antar Departemen di PT Bhakti Tamara Royal Residence maupun dengan perusahaan lain. Surat merupakan hal yang sangat penting dan sangat dibutuhkan perusahaan karena menyangkut seluruh kegiatan perusahaan terutama yang berhubungan dengan kerjasama dengan perusahaan lain tidak dapat dipisahkan dari kegiatan surat menyurat.

Pada Departemen *Marketing* PT Bhakti Tamara Royal Residence surat memiliki fungsi sebagai :

1. Alat bukti telah dilakukannya kerjasama dengan perusahaan lain.
2. Pedoman bagi *Marketing Director* maupun *Marketing Manager* dalam mengambil keputusan yang berhubungan dengan *customer* maupun pembangunan rumah di lapangan.
3. Perintah dalam penunjukan maupun pelimpahan tugas kepada karyawan.
4. Media informasi atau pengumuman penting dari departemen lain ataupun dari perusahaan yang diajak kerjasama.

a. Pengelolaan Surat Masuk

Terdapat beberapa prosedur pengelolaan surat masuk yang dilakukan *Marketing Administrator* diantaranya adalah :

1. Penerimaan surat masuk.

Surat masuk yang dikirim oleh karyawan dari dalam PT Bhakti Tamara Royal Residence (surat internal) biasanya diantarkan langsung oleh si pembuat atau melewati media elektronik (di dalam PT Bhakti Tamara menggunakan media elektronik yang dinamakan *Mozilla Thunderbird*). Sedangkan untuk surat yang berasal dari perusahaan lain, biasanya diantarkan langsung oleh petugas kurir dari

perusahaan tersebut atau diterima melalui pos. Semua surat yang ditujukan untuk Departemen *Marketing* langsung ditangani oleh *Marketing Administrator*.

Selain cara di atas, *Marketing Administrator* juga menerima surat yang dikirim melalui *email* dan juga dari *fax*. Untuk surat yang diterima melalui *email*, biasanya pengirim surat akan melakukan konfirmasi terlebih dulu dengan cara menelepon *Marketing Administrator* bahwa dia telah mengirimkan surat melalui *email*. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi surat tidak dibaca atau tidak diterima oleh *Marketing Administrator*. Setiap harinya *Marketing Administrator* mempunyai tugas untuk mengecek *email* perusahaan, apakah ada surat yang masuk atau tidak.

Untuk surat yang diterima melewati *fax*, biasanya pengirim surat juga akan melakukan konfirmasi terlebih dulu dengan menelepon *Marketing Administrator*. Atau apabila si pengirim surat tidak melakukan konfirmasi, maka surat yang dikirim biasanya telah diberikan tulisan “ u.p.” diikuti oleh nama penerima surat atau orang yang dituju. Hal ini bertujuan agar tidak terjadi kesalahan dalam pendistribusian surat. Karena pada PT Bhakti Tamara terdapat tiga mesin *fax* yang memiliki nomor berbeda dan di tempatkan di tempat yang berbeda.

2. Penyortiran Surat Masuk

Surat yang telah diterima oleh *Marketing Administrator* tersebut masih harus dilakukan proses selanjutnya, yaitu proses penyortiran. Yang dimaksudkan dengan penyortiran adalah kegiatan memilah-milah surat menurut penggolongan surat. Surat tersebut disortir dengan cara :

- a. Melihat sumber surat dengan cara meneliti siapa yang mengirim surat tersebut, apakah surat tersebut berasal dari departemen lain (internal surat) atau dari perusahaan lain yang ingin mengadakan kerjasama atau memberitahukan informasi penting.
- b. Mengecek untuk siapa surat itu dikirim. Karena *Marketing Administrator* menangani surat bukan hanya untuk dirinya sendiri tetapi juga untuk posisi lain yang masih berada dalam satu departemen *Marketing*. Misalnya bisa saja surat tersebut ditujukan untuk *Marketing Manager* ataupun *Marketing Executives*.
- c. Meneliti perihal surat. Surat tersebut berisi tentang apa, apakah surat tersebut merupakan surat yang penting dan perlu ditindak lanjuti secara cepat atau tidak.

3. Pendistribusian Surat Masuk

Proses selanjutnya yang dilakukan oleh *Marketing Administrator* adalah mendistribusikan surat sesuai dengan siapa penerima surat tersebut atau orang yang dituju. Tetapi sebelum surat didistribusikan kepada orang yang berhak menerimanya, maka terlebih dahulu :

- a. Surat tersebut difotocopy terlebih dahulu sesuai dengan tembusan yang ada pada surat tersebut.
- b. Tidak lupa pula *Marketing Administrator* memfotocopy surat tersebut sebagai arsip Departemen *Marketing* sendiri.
- c. Setelah surat tersebut difotocopy, maka surat yang asli diberikan kepada orang yang namanya tertera dalam surat.

- d. Apabila surat tersebut terdapat tembusan, maka *copyan* dari surat tersebut juga didistribusikan kepada orang yang namanya tertera dalam tembusan surat.

4. Mengarsip Surat Masuk

Surat yang telah didistribusikan kemudian oleh *Marketing Administrator* akan dilakukan proses pengarsipan. Surat masuk tersebut diarsip berdasarkan dari mana surat itu berasal. Apakah surat tersebut berasal dari departemen lain yang masih dalam satu perusahaan (internal surat), ataukah surat tersebut berasal dari perusahaan lain. Setelah dipilah maka surat-surat tersebut ditempatkan dalam map ordner sesuai dengan asal surat.

Prosedur pengelolaan surat masuk yang dilakukan pada Departemen *Marketing* PT Bhakti Tamara Royal Residence masih jauh dari prosedur pengelolaan surat masuk yang benar. Surat masuk yang diterima oleh departemen *Marketing* tidak melalui proses pencatatan dan tidak dimasukkan dalam buku agenda surat masuk. Padahal proses tersebut merupakan proses yang penting dimana dengan dilakukannya proses pencatatan dan pengagendaan surat masuk, maka kita dapat mengetahui surat yang dikirim oleh pihak lain sudah diterima dan diproses dengan benar atau belum. Dari buku pencatatan dan buku agenda surat masuk tersebut kita juga dapat melakukan pengecekan mengenai surat tersebut. Apakah instruksi dan informasi yang terdapat surat tersebut sudah diserap dengan baik atau belum. Proses ini bila tak dilakukan akan sangat rawan akibatnya. Diantaranya bisa saja surat yang seharusnya merupakan surat penting dan berisi tentang hal penting karena lupa tidak dicatat dan diagendaakan menjadikan surat

tersebut tidak diketahui keberadaannya dan diabaikan sehingga menghambat kegiatan operasional perusahaan.

Selain itu di dalam proses pengagendaan surat masuk, sebenarnya terdapat proses yang cukup penting, yaitu pembuatan disposisi surat. Disposisi merupakan petunjuk singkat tentang tindak lanjut mengenai penyelesaian surat masuk. Disposisi dibuat oleh pimpinan untuk karyawan. Tujuan dari disposisi itu sendiri agar karyawan dapat segera menindaklanjuti atau menyelesaikan urusan yang terkandung dalam surat masuk tersebut.

b. Pengelolaan Surat Keluar

Dalam melakukan kegiatan operasional perusahaan, kita tidak dapat dipisahkan dengan kegiatan surat menyurat. Apalagi bila itu ada hubungannya dengan kerjasama dengan perusahaan lain. Surat merupakan media yang sangat pas digunakan dalam kegiatan bisnis seperti yang dilakukan di PT Bhakti Tamara Royal Residence. Di dalam surat kita dapat menuangkan keinginan perusahaan dengan bahasa yang resmi dan formal demi mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan.

Seperti surat penawaran kerjasama ataupun pemberitahuan informasi penting kepada *partner* kerja PT Bhakti Tamara Royal Residence, akan sangat baik dan sopan bila itu semua dilakukan dengan menggunakan media surat. Karena bagi PT Bhakti Tamara Royal Residence, surat merupakan media komunikasi sebagai :

- 1) Alat bukti telah dilakukannya kerjasama antara kedua belah pihak.
- 2) Alat pengingat yang otentik.

- 3) Wakil dari pengirim atau penulis surat.
- 4) Pedoman dalam mengambil keputusan.

Karena peranan surat yang begitu penting bagi terselenggaranya kegiatan operasional kantor, surat yang dibuat oleh Departemen *Marketing* haruslah merupakan surat yang dapat mengakomodir kepentingan perusahaan sehingga maksud dan tujuan dari perusahaan dapat tersampaikan dengan baik.

Terdapat beberapa prosedur dalam pengelolaan surat keluar pada PT Bhakti Tamara Royal Residence, yakni :

1. Pembuatan Konsep Surat Keluar

Dalam pembuatan surat keluar pasti *Marketing Administrator* menunggu permintaan atau instruksi dari *Manager Marketing* atau *Marketing Director* sebelumnya. *Marketing Manager* atau *Marketing Director* meminta kepada *Marketing Administrator* untuk membuat surat keluar mengenai masalah tertentu. Dalam pembuatan surat keluar tersebut, *Marketing Manager* atau *Marketing Director* memberikan *point-point* tentang apa yang harus ditulis oleh *Marketing Administrator*.

Kemudian setelah *Marketing Manager* atau *Marketing Director* memberikan *point-pointnya*, tugas *Marketing Administrator* menjabarkan point tersebut kedalam bahasa surat yang mudah dipahami dan dimengerti oleh pembaca. Tetapi sifat dari penjabaran surat ini adalah masih berupa draft yang harus diperiksa lagi kebenarannya oleh *Marketing Manager* atau *Marketing Director*.

Setelah draft selesai dibuat, maka *Marketing Administrator* menunjukkan kepada *Marketing Manager* atau *Marketing Director* untuk pengecekan apakah

draft yang dibuat telah sesuai dengan keinginan mereka atau belum. Pada proses ini mereka akan memberikan koreksi terakhir apabila masih ada bagian yang kurang tepat, atau apabila *draft* dirasa telah benar maka mereka akan memberikan persetujuan untuk selanjutnya dilakukan penyetikan.

2. Penyetikan Surat Keluar

Setelah mendapatkan persetujuan dari *Manager Marketing* atau *Marketing*, langkah selanjutnya yang ditempuh oleh *Marketing Administrator* adalah melakukan penyetikan. Surat keluar diketik pada kertas berkepala surat atau berkop surat dengan identitas lengkap perusahaan. Surat keluar tersebut diketik pada suatu *template* surat yang telah ditentukan sebelumnya. Hal ini sangat membantu penyetikan surat, karena dengan adanya *template* surat maka akan mempersingkat pengerjaan penyetikan surat.

Terdapat dua *template* penulisan surat keluar pada PT Bhakti Tamara Royal Residence, yaitu :

a. *Template* surat keluar internal.

Template surat ini digunakan ketika melakukan penyetikan surat yang ditujukan kepada Departemen lain dalam satu perusahaan. Terdapat beberapa point yang dituliskan dalam *template* ini, diantaranya :

- 1) Tidak memakai kop surat tetapi di pojok kiri atas dituliskan “INTERNAL MEMO DEPARTEMEN *MARKETING*”.

Hal ini menunjukkan bahwa surat ini dibuat oleh Departemen *Marketing*.

- 2) Nomor surat

Penulisan nomor surat harus sesuai dengan aturan yang ada yakni terdiri dari nomor urut surat yang telah dibuat, kode departemen, bulan, dan yang terakhir menunjukkan tahun pembuatan. Setiap departemen memiliki kode yang berbeda-beda. Contoh penomoran surat keluar adalah 001/MKT/III/11, yang artinya bahwa surat tersebut adalah surat pertama yang dikeluarkan oleh Departemen *Marketing* pada bulan ketiga atau Maret tahun 2011.

3) Tanggal pembuatan surat

4) Tujuan surat

Kepada siapa surat ini ditujukan.

5) Mengetahui

Selain orang yang dituju untuk menerima surat tersebut, atasan juga berhak mengetahui setiap permasalahan yang tertera dalam surat keluar yang dibuat.

6) Lampiran.

Bila terdapat berkas atau *file* lain yang dilampirkan.

7) Perihal

8) Isi surat

Berisi tentang persoalan dan materi pokok pembahasan.

9) Nama jabatan dari si pembuat surat dan juga penanggungjawab surat

b. Template surat keluar eksternal

Template surat ini digunakan untuk melakukan pengetikan surat keluar yang ditujukan untuk pihak luar perusahaan. Biasanya pengetikan surat keluar eksternal ini ditujukan untuk *customer* atau pihak perusahaan lain yang

melakukan kerjasama dengan PT Bhakti Tamara Royal Residence. Point-point yang ditulis adalah sebagai berikut :

- 1) Kepala surat atau kop surat yang berisi identitas perusahaan.
- 2) Tanggal pembuatan surat.
- 3) Nomor surat.

Contoh penomoran surat keluar eksternal adalah 063/MKT-SK/III/11, yang artinya surat tersebut merupakan surat keluar ke-63 yang dikirim oleh Departemen *Marketing* pada bulan Maret tahun 2011.

- 4) Lampiran
- 5) Hal
- 6) Penerima surat
- 7) Isi surat

Terdiri dari pembuka, isi surat, penutup.

- 8) Nama dan jabatan
- 9) Tembusan

Surat yang dikeluarkan oleh Departemen *Marketing* PT Bhakti Tamara Royal Residence dapat digolongkan menjadi beberapa *type* yaitu :

a. Surat memorandum

Surat memorandum merupakan surat yang berfungsi sebagai pemberitahuan akan sesuatu hal. Surat yang termasuk dalam memorandum adalah :

- 1) Surat Undangan (contoh: Undangan *Sponsorship, Launching*)
- 2) Surat Penawaran Kerjasama (contoh: surat penawaran *event* bersama)
- 3) Surat Ijin (contoh: surat ijin pemasangan umbul-umbul, pengambilan maket).

b. Surat Perintah

Surat perintah ini dikeluarkan oleh PT Bhakti Tamara Royal Residence untuk memerintahkan pihak kedua untuk melakukan tugas tertentu. Biasanya yang membuat surat ini adalah *President Director* atau *Marketing Director* yang menugaskan bawahannya untuk melakukan tugas tertentu.

3. Penandatanganan Surat Keluar

Surat keluar yang selesai diketik kemudian diserahkan kepada *Marketing Manager* ataupun *Marketing Director* untuk ditandatangani. Apabila surat telah ditandatangani menandakan bahwa surat tersebut telah siap untuk dikirim kepada pihak yang dituju.

4. Membuat Agenda Surat Keluar

Pada Departemen *Marketing* PT Bhakti Tamara Royal Residence pengagendaan surat dilakukan bukan dengan cara mencatat pada suatu agenda, tetapi *Marketing Administrator* menyimpan semua surat tersebut pada satu *folder*. Nomor yang dipakai diambil dari surat-surat yang telah dipakai sebelumnya.

5. Mengecek dan Mendistribusikan Surat Keluar

Surat yang telah diberi tandatangan dan telah diagenda, dicek kelengkapan surat lainnya seperti lampiran dan juga amplop. Setelah itu surat siap untuk didistribusikan atau dikirim kepada pihak yang dituju. Apabila surat keluar tersebut ditujukan untuk departemen lain yang masih dalam satu perusahaan, maka surat tersebut bisa diberikan secara langsung atau meminta bantuan *office*

boy untuk memberikan surat tersebut. Apabila surat keluar tersebut ditujukan kepada pihak lain di luar perusahaan, maka bisa dikirim dengan meminta jasa kurir dari perusahaan.

Setiap surat keluar yang dikirim akan dibuatkan satu Tanda Terima yang membuktikan bahwa surat tersebut telah dikirim kepada tujuan yang tertera dalam surat tersebut. Dalam Tanda Terima tersebut terdapat keterangan mengenai :

- a. Siapa yang membuat surat keluar tersebut,
- b. Tanggal pengiriman surat,
- c. Dan siapa yang menerima surat tersebut.

Tanda Terima ini harus dikembalikan lagi kepada *Marketing Administrator* sebagai bukti bahwa perintah *Marketing Manager* atau *Marketing Director* telah dilaksanakan dengan baik.

6. Pengarsipan Surat Keluar

Surat yang telah dibuat kemudian akan disimpan atau diarsip ke dalam suatu *ordner* yang diberi label Surat Keluar. Terdapat dua macam *ordner* yang digunakan. Pertama *ordner* untuk surat keluar internal, dan yang kedua merupakan *ordner* untuk surat keluar eksternal.



Gambar 4. 7 Ordner Surat Keluar Internal dan Eksternal

Surat – surat yang dibuat, sebelum dikirim kepada tujuan pengiriman harus difotocopy sebelumnya sesuai dengan periksa dan tembusan yang ada. Kemudian fotocopyan tersebut diberikan kepada masing-masing orang yang namanya tertera dalam periksa dan tembusan tersebut. Jangan lupa selalu memfotocopy surat keluar tersebut untuk dijadikan arsip bagi departemen Marketing sendiri. Kemudian fotocopyan tersebut dapat disimpan kedalam ordner sesuai dengan jenis suratnya.

C. Pengelolaan Petty Cash atau Kas Kecil

Pengelolaan *Petty Cash* atau kas kecil pada Departemen Marketing PT.Bhakti Tamara diatur dan ditangani sepenuhnya oleh Marketing Administrator. Dimana setiap pemasukan dan pengeluaran yang terjadi harus sepengetahuan Marketing Administrator. Setiap pengeluaran sekecil apapun yang terjadi di Departemen Marketing harus dilakukan pencatatan dan dilaporkan kepada Marketing Administrator dengan disertai dengan bukti atau kwitansi pengeluaran. Jika tidak memiliki bukti transaksi berupa kwitansi, nota, karcis parkir, atau bukti lainnya maka tidak dapat diproses dan uang tidak dapat

dikembalikan. Dengan adanya bukti transaksi pengeluaran maka akan memudahkan proses pembukuan kembali dan juga menjadi bahan pertanggungjawaban *Marketing Administrator* kepada perusahaan.

Biasanya *petty cash* atau kas kecil ini dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan kecil sehari-hari yang harus segera dipenuhi. Biasanya kebutuhan-kebutuhan tersebut merupakan pengeluaran yang jumlah nominalnya relatif kecil seperti dana parkir, transportasi, biaya pengiriman surat lewat pos atau paket pengiriman, dan lain-lain yang sifatnya kecil.

Pada dasarnya pengelolaan *petty cash* atau kas kecil pada PT Bhakti Tamara Royal Residence terbagi menjadi beberapa bagian yaitu :

1. *Petty cash* untuk membiayai pengeluaran yang bersifat rutin atau operasional departemen *marketing* itu sendiri.
 - a. Biaya untuk kegiatan surat menyurat.
 - b. Biaya parkir apabila sedang melakukan kegiatan di luar perusahaan.
 - c. Biaya bahan bakar.
 - d. Biaya untuk pemenuhan kebutuhan kantor yang mendadak.
 - e. Biaya *office supplies* yang dibutuhkan secara cepat.
2. *Petty cash* untuk membiayai pengeluaran apabila diadakan *event* atau acara pada departemen *Marketing*.
 - a. Biaya untuk *launching type* rumah baru.
 - b. Biaya *event* yang diadakan oleh departemen *Marketing*
 - c. Biaya pameran.
 - d. Biaya cetak *banner*, spanduk.

1. Pengelolaan *Petty Cash* yang Bersifat Rutin

Setiap karyawan pada departemen *marketing* yang menggunakan dana dari *petty cash* atau kas kecil, harus melampirkan bukti transaksi yang kemudian harus diserahkan kepada *Marketing Administrator* untuk diproses lebih lanjut. Hal ini bertujuan untuk menggantikan uang yang telah dipakai tersebut sehingga uang yang tersimpan pada kas kecil tetap ada tidak sampai habis. Proses yang harus dilalui adalah sebagai berikut :

a. Bukti Transaksi

Setiap melakukan transaksi pengeluaran, setiap karyawan wajib melampirkan bukti transaksi yang dapat berupa kwitansi, nota, karcis kepada *Marketing Administrator*.

b. Permintaan Tanda tangan

Kemudian bukti-bukti pengeluaran tersebut ditunjukkan kepada *Marketing Manager* dan *Marketing Director* untuk dimintakan tanda tangan sebagai tanda bahwa mereka mengetahui transaksi apa yang terjadi, digunakan untuk apa uang tersebut, dan berapa nominal yang dikeluarkan. Sehingga hal ini bisa dijadikan bukti bahwa *Marketing Administrator* atau karyawan yang meminta dana tersebut tidak memanipulasi uang tersebut.

c. Pencatatan dan Pengarsipan

Setelah bukti pengeluaran tersebut telah mendapatkan tandatangan dari *Marketing Manager* dan *Marketing Director*, kemudian bukti-bukti tersebut difotocopy oleh *Marketing Administrator* untuk dijadikan bukti dan diarsip untuk kepentingan departemen *Marketing*

d. Penggantian Uang Kas Kecil

Bukti-bukti pengeluaran yang asli kemudian dibawa kepada bagian keuangan, untuk selanjutnya dicairkan atau diganti menjadi uang sebesar nominal yang telah tercantum pada bukti pengeluaran tersebut.

e. Penyimpanan Kas Kecil

Setelah uang cair, maka uang tersebut kemudian disimpan dalam kotak penyimpanan *petty cash*. Kotak tersebut memiliki kode serial number yang hanya diketahui oleh *Marketing Administrator*. Dan yang berhak menyimpan atau mengatur uang dalam kotak tersebut hanyalah *Marketing Administrator*.



Gambar 4. 8 Kotak penyimpanan *petty cash*

2. Pengelolaan *Petty Cash* Saat Diadakan *Event*

Pada dasarnya pengelolaan *petty cash* saat diadakan *event* dengan pengelolaan *petty cash* rutin hampir sama. Alur yang dilalui juga sama, yaitu dimulai dari pengumpulan bukti transaksi pengeluaran, permintaan tanda tangan, pencatatan dan pengarsipan, penggantian kas kecil, penyimpanan kas kecil.

Yang membedakan hanyalah proses pencatatan dan pengarsipannya. Pengelolaan *petty cash* rutin hanya *memfotocopy* bukti transaksi yang ada kemudian copyan tersebut disimpan sebagai arsip. Sedangkan untuk pengelolaan *petty cash* saat diadakan *event* harus dijabarkan secara rinci. Mulai dari pengeluaran apa saja yang dibutuhkan demi terselenggaranya *event* tersebut. Pencatatan tersebut dilakukan setelah *event* selesai diadakan. Segala pengeluaran dicatat dalam suatu catatan yang dinamakan Penyelesaian Kas Bon.

Penyelesaian kas bon dibuat oleh *Marketing Administrator* setelah *event* atau acara selesai diselenggarakan. Semua pengeluaran yang terjadi untuk pembiayaan *event* dicatat. Untuk mengecek jumlah pengeluaran tersebut, *Marketing Administrator* mencocokkan dengan setiap bukti pengeluaran seperti kwitansi, bon, nota, dan yang lainnya. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi kekeliruan saat pemasukan nominal pada penyelesaian kas bon. Setelah dilakukan pengecekan, langkah selanjutnya *Marketing Administrator* memasukkan pengeluaran tersebut disertai dengan pengeluaran tersebut digunakan untuk apa. Kemudian setelah selesai, *Marketing Administrator* menyerahkan penyelesaian kas bon tersebut kepada *Marketing Manager* dan *Marketing Director*. Setelah mendapat tandatangan dari *Marketing Manager* dan *Marketing Director*, penyelesaian kas bon tersebut disimpan sebagai *file*.

Tabel 4. 1 Penyelesaian Kas Bon

PT BHAKTI TAMARA

JL.AMBENGAN NO. 1C-1D, SURABAYA

PENYELESAIAN KAS BOS

NAMA: GALUH *EVENT* PAM.DELTA
 LOCATION AMBENGAN 1C-1D SURABAYA *DATE* 21-27 MAR 2011

DAFTAR PENGELUARAN

TANGGAL	URAIAN	JUMLAH	JUMLAH
A.			
19-Mar-11	X Banner	2 pcs	Rp 240.000
25-Mar-11	Print	10 Imbr	Rp 100.000
28-Mar-11	ongkos cetak price list dan site plan	4 rim	Rp 240.000
14-Mar-11	ongkos cetak harga kavling, premium class	13 rim	Rp 780.000
27-Mar-11	air mineral		Rp 14.000
26-Mar-11	air mineral		Rp 27.980
24-Mar-11	air mineral		Rp 27.980
28-Mar-11	tinta refill		Rp 100.000
21-27 mar 11	karcis parkir	10 Imbr	Rp 10.000
25-Mar-11	karcis parkir	1 Imbr	Rp 500
21-Mar-11	tambah daya pam delta		Rp 631.000
30-Mar-11	mc		Rp 2.000.000
		5000	
25-Mar-11	biaya sebar flyer + ppn 1%	Imbr	Rp 505.000
	sub total pengeluaran lain-lain		Rp 4.676.460
B.	UANG INSENTIF OFFICE BOY		
1	SUHARDI		Rp 244.000

a. Penetapan Batas Saldo Maksimal dan Minimal *Petty Cash*

Dalam penetapan batas saldo maksimal dan minimal *petty cash* atau kas kecil pada Departemen *Marketing* PT Bhakti Tamara Royal Residence, dari *Marketing Manager* atau *Marketing Director* tidak secara khusus memberikan batasan. Untuk pengelolaan *petty cash* rutin diambil dari kas bulan lalu yang masih tersisa. Selain itu sumber kas kecil yang bersifat rutin diambil juga dari pemasukan yang berasal dari denda *Marketing Executives*. Denda tersebut apabila *Marketing Executives* melanggar peraturan atau ketentuan yang telah ditetapkan sebelumnya oleh *Marketing Manager* atau *Marketing Director*.

Sedangkan untuk dana pengelolaan *petty cash* saat diadakan *event*, biasanya *Marketing Director* dan *Marketing Manager* memberikan batasan nominal yang harus dipenuhi. Batasan tersebut tergantung dari seberapa besar *event* atau acara yang akan diadakan oleh perusahaan. Oleh karena itu, setiap pengeluaran yang dikeluarkan harus dipikirkan secermat mungkin agar semuanya tidak *over* dari *budget* yang telah ditetapkan dari awal. Setiap diadakan *event* atau acara maka dana akan diberikan kepada *Marketing Administrator* untuk dikelola dengan baik.

b. Pengisian Kembali dan Penggunaan *Petty Cash*

Seperti yang telah dijelaskan di awal, bahwa pengisian kembali *petty cash* dilakukan setelah semua prosedur dijalani. Yaitu dimulai dari penyerahan bukti transaksi pengeluaran, kemudian permintaan tanda tangan kepada *Marketing Manager* dan *Marketing Director*, baru kemudian uang tersebut dapat diisi

kembali setelah bukti transaksi diberikan kepada departemen keuangan untuk dicairkan. Proses ini berlaku untuk pengelolaan *petty cash* rutin.

Untuk pengisian kembali *petty cash* saat diadakan *event*, dana didapat apabila perusahaan akan mengadakan *event* atau acara. Sebelum itu pula, *Marketing Administrator* dan *Promotion Coordinator* membuat anggaran dana yang dibutuhkan. Setelah itu anggaran dana yang direncanakan tersebut dibawa kepada *Marketing Administrator* dan *Marketing Director* untuk mendapatkan persetujuan. Setelah di setujui barulah uang tersebut dapat dicairkan.

Untuk penggunaan dana *petty cash* haruslah seijin dari *Marketing Manager* dan *Marketing Director*. Setiap melakukan pengeluaran, harus disertai bukti transaksi pengeluaran. Semua pengeluaran yang ada harus dilaporkan terlebih dahulu kepada *Marketing Manager* dan *Marketing Director*. Baru kemudian *Marketing Administrator* dapat memproses pengeluaran tersebut. Hal ini bertujuan agar tidak ada dana yang terselip ke dana yang lain. Selain itu juga untuk memudahkan dalam proses pertanggungjawaban pada akhir *event* atau acara.

D. Penanganan dan Pengoperasian Mesin-Mesin Elektronik

Seorang *Marketing Administrator* haruslah cakap dalam menangani dan mengoperasikan mesin-mesin elektronik yang terdapat dalam kantor. Hal ini dikarenakan semua mesin-mesin elektronik tersebut merupakan alat yang dapat membantu dan meringankan pekerjaan *Marketing Administrator* dalam mengelola kegiatan administrasi departemen. Untuk itu *Marketing Administrator* harus paham betul tentang penanganan dan pengoperasian mesin-mesin

elektronik. Terdapat beberapa mesin-mesin elektronik yang sering dipakai *Marketing Administrator* dalam membantu pekerjaannya. Diantaranya adalah telepon, mesin *fax*, dan juga mesin *fotocopy*.

a. Pengelolaan Telepon

Telepon merupakan mesin elektronik yang sering sekali dipakai *Marketing Administrator* dalam menjalankan pekerjaannya. Dengan adanya telepon, *Marketing Administrator* dapat melakukan hubungan dengan orang-orang yang berada dalam satu departemen, antar departemen, bahkan orang di luar perusahaan. Hal ini sangat meringankan tugas pekerjaan *Marketing Administrator*, karena mereka tidak perlu bertatap muka secara langsung dalam pendelegasian tugas. Pendelegasian tugas maupun pemberian informasi cukup disampaikan melalui telepon. Hal ini sangat mempersingkat waktu dan juga membuat pekerjaan dapat terselesaikan dengan cepat dan efisien.

Walaupun kelihatannya pengelolaan telepon merupakan hal yang sangat mudah dan gampang, tetap harus diperhatikan secara seksama. Karena hampir seluruh kegiatan *Marketing Administrator* dikoordinasi lewat telepon. Apalagi ruangan *Marketing Administrator* berbeda dan jaraknya cukup jauh dengan karyawan pada departemen lain. Apabila dibutuhkan secara tiba-tiba, maka karyawan tersebut dapat menghubungi *Marketing Administrator* lewat telepon saja, tidak perlu menemui secara langsung untuk mempersingkat waktu.

Telepon pada Departemen *Marketing* PT Bhakti Tamara Royal Residence merupakan jenis pesawat telepon tunggal dimana pesawat ini

dilengkapi dengan *extension* atau cabang-cabang yang dapat berhubungan dengan departemen lain dengan menekan kode *extension* tersebut.



Gambar 4. 9 Telepon *marketing administrator*

Setiap departemen memiliki kode *extension* yang berbeda-beda. Untuk memudahkan dalam proses hubungan antar departemen maka *Marketing Administrator* membuat suatu catatan yang berisi kode *extension* dari masing-masing karyawan pada departemen-departemen yang ada dalam PT Bhakti Tamara Royal Residence.

Tabel 4. 2 Kode *extension* telepon PT Bhakti Tamara Royal Residence

LANTAI 1	
NAMA	KODE EXT
Ima	100 & 101
OB	110
Imelda	120
Counter	121 & 122
Galuh	124
Fifi	125
Fitri	126

LANTAI 2	
NAMA	KODE EXT
Retno / Remy	203
Rani	204
Dapur	210
Yuli	220
Hok Sing	221
Dina	222
Handoyo	223
Femmy / Mamik	224
Inge / Nicky	225
Ronald	226
Alloy / Denni	228
Pras	229
Ratna HRD	240
Sudjono	250
Ardhiyan / Endah	260

LANTAI 3	
NAMA	KODE EXT
Ratna	301
Nicke	302
Freddy	330
Lodewyk	332
Hamonangan	333
Agnes	351
Tjatur / Hartono	352
Anel	353
Ruang Meeting	360
Reinaldo	888

1. Penanganan Telepon Masuk

Untuk menangani telepon masuk pada departemen *Marketing* PT Bhakti Tamara Royal Residence yang harus dilakukan *Marketing Administrator* adalah :

- a. Mengangkat telepon jangan sampai lebih dari tiga kali deringan. Sebaiknya mengangkat telepon dengan segera, untuk mempercepat penyampaian informasi ataupun instruksi.
- b. Mengucapkan salam berupa “ Selamat pagi, selamat siang, atau selamat sore” diikuti oleh penyebutan instansi. Misalnya: “Selamat pagi, PT Bhakti Tamara Royal Residence bisa dibantu”.
- c. Setelah itu tanyakan dengan siapa kita berbicara dan ingin disambungkan dengan bagian apa. *Marketing Administrator* bukan hanya menerima telepon yang dikhususkan untuk dia saja dari resepsionis, tetapi terkadang apabila *line* resepsionis penuh dan tidak dapat dihandle oleh resepsionis, maka telepon masuk tersebut akan secara otomatis tersambung ke bagian *Marketing Administrator*. *Marketing Administrator* juga melakukan tugas resepsionis untuk melakukan penyambungan ke departemen tertentu.
- d. Untuk menyambungkan dengan departemen lain cukup menekan FLASH kemudian diikuti dengan kode *extension* departemen yang dituju.
- e. Setelah kita tersambung dengan departemen tersebut, kita beritahu bahwa ada telepon masuk dari Bapak atau Ibu X. Apabila orang tersebut mau menerima telepon tersebut, kita tinggal menutup telepon kita. Tetapi apabila orang tersebut tidak dapat menerima telepon tersebut karena sedang sibuk atau nomor *extension* tersebut tidak dapat dihubungi, maka kita tekan FLASH kembali dan secara otomatis kita akan terhubung dengan si penelepon. Kita

tinggal memberitahu si penelepon bahwa orang yang dituju sedang tidak bisa menerima telepon dan meminta si penelepon menghubungi lagi sekitar beberapa menit kedepan. Atau mungkin kita dapat bertanya apakah ada pesan yang mungkin dapat kita sampain kepada orang yang dituju.

- f. Apabila telepon masuk ditujukan kepada bagian *Marketing*, dapat ditangani secara langsung.
- g. Jangan lupa ucapkan terimakasih pada akhir pembicaraan. Dan tutup telepon dengan halus.

2. Melakukan Panggilan Keluar

Terdapat dua cara dalam melakukan panggilan keluar. Yang pertama melakukan panggilan keluar departemen *Marketing*. Dan yang kedua melakukan panggilan keluar perusahaan.

a. Melakukan panggilan keluar departemen *Marketing*

- 1) Mengangkat gagang telepon.
- 2) Tunggu sampai terdengar nada tunggu.
- 3) Langsung menekan kode *extension* departemen yang ingin kita hubungi.

Misalnya: 125, 126, dst.

- 4) Setelah mendengar suara halo, sebutkan nama kita dan tujuan kita menelepon.
- 5) Ucapkan terimakasih pada akhir pembicaraan.
- 6) Tutup telepon dengan halus, jangan dibanting.

b. Melakukan panggilan keluar perusahaan.

- 1) Angkat gagang telepon.

- 2) Tunggu sampai terdengar nada tunggu.
- 3) Tekan angka 9 untuk melakukan panggilan keluar perusahaan.
- 4) Setelah terdengar nada tunggu, kemudian tekan nomor telepon tujuan kita.
- 5) Setelah mendengar jawaban dari penerima telepon, ucapkan siapa kita dan dari perusahaan mana.
- 6) Katakan maksud dan tujuan kita menelepon.
- 7) Bila perlu kita siapkan pensil dan kertas untuk mencatat poin-poin penting pembicaraan.
- 8) Ucapkan terimakasih pada akhir pembicaraan dan tutup telepon dengan halus.

3. Mengangkat Telepon Rekan Kerja

Ruang kerja *Marketing Administrator* berdampingan dengan *Promotion Coordination*, *Graphic Design* dan juga *staff Promosi*. Setiap meja dilengkapi dengan telepon yang berbeda nomor *extensionnya*. Terkadang telepon rekan kerja berdering disaat mereka tidak ada di tempat atau sedang tidak masuk. Agar suara telepon tersebut tidak mengganggu pekerjaan, maka ada baiknya kita mengangkat telepon tersebut. Tetapi akan sangat repot bila kita harus berpindah-pindah ke meja rekan kerja kita hanya untuk mengangkat telepon tersebut.

Untuk itu ada cara yang ditempuh agar kita tidak perlu berpindah tempat untuk mengangkat telepon tersebut, caranya adalah :

- a. Angkat gagang telepon kita.
- b. Tunggu sampai terdengar nada tunggu.

- c. Lalu tekan “41” diikuti dengan kode *extension* dari telepon yang berdering tersebut. Misal: 41125, 41123,dst.
- d. Sampaikan salam dan juga nama perusahaan kita.
- e. Katakan bahwa orang yang dituju penelepon sedang tidak berada ditempat atau sedang tidak masuk kantor.
- f. Tanyakan apakah terdapat pesan yang akan disampaikan kepada orang yang dituju bila nanti telah kembali ke kantor.
- g. Ucapkan terimakasih pada akhir pembicaraan dan juga tutup telepon dengan halus.

b. Pengelolaan Mesin Fax

Sering kali *Marketing Administrator* diharuskan mengirimkan data kepada perusahaan lain untuk melakukan hubungan kerjasama. Biasanya pengiriman data melalui mesin *fax* dilakukan untuk mengirimkan data *customer* kepada pihak Bank ataupun surat penawaran kerjasama kepada perusahaan lain. Hal ini sangat praktis karena data maupun surat dapat langsung diterima bentuk fisiknya. Dibandingkan dengan pengiriman data maupun surat lewat *email* yang berupa *softcopy* dan masih harus diprint untuk mendapat *hardcopy* atau bentuk fisiknya.

Cara mengirimkan data maupun surat melalui mesin *fax* adalah sebagai berikut :

1. Buka penutup dokumen.
2. Atur pengarah dokumen dengan ukuran dokumen yang akan dikirim.

3. Masukkan dokumen yang akan dikirim maksimum 10 lembar, menghadap ke bawah hingga unit menjepit dokumen dengan ditandai bunyi beep.
4. Posisikan dokumen menghadap kebelakang. Jadi kertas yang ada tulisannya atau isinya diposisikan menghadap kemesin.
5. Bila perlu tekan [+] atau [-] untuk memilih resolusi yang diinginkan.
6. Masukkan nomor *fax* yang dituju.
7. Kemudian tekan tombol START atau *FAX*.

c. Pengelolaan Mesin *Fotocopy*

Dalam kegiatan yang dilakukan *Marketing Administrator* tidak dapat dipisahkan dengan penggunaan mesin *fotocopy*. Maka dari itu *Marketing Administrator* harus cakap dalam menggunakan mesin tersebut. Cara menggunakan mesin *fotocopy* adalah sebagai berikut :

1. Masukkan kode departemen untuk masuk ke dalam proses memfotocopy. Setiap departemen memiliki kode untuk melakukan kegiatan *fotocopy*.
2. Setelah itu masukkan kertas kosong untuk memfotocopy kedalam tempat yang telah disediakan yaitu disebelah kanan mesin.
3. Kertas yang akan dicopy, dimasukkan kedalam tempat *fotocopy*. Balik kertas, sehingga bagian yang ada tulisannya berada di bawah mesin.
4. Sesuaikan dengan ukuran agar hasil yang didapat tidak melenceng.
5. Tutup bukaan mesin *fotocopy*.
6. Kemudian pilih berapa kali kertas tersebut akan dicopy.
7. Tekan START.

8. Secara otomatis mesin akan melakukan proses dan kertas kosong yang berada di samping kanan mesin akan masuk kedalam mesin dan keluar di bagian samping kiri mesin.
9. Kita bisa mengatur terang atau gelapnya hasil *copyan* dengan menekan tombol [+] atau [-] sesuai dengan kebutuhan.
10. Selain itu kita juga bisa memperbesar atau memperkecil ukuran tulisan dengan menekan tombol *zoom*.



