

## BAB II

### GAMBARAN UMUM LEMBAGA

#### A. SEJARAH DAN PERKEMBANGAN

##### 1. Perkembangan PT. Coca-Cola Secara Global

Keberhasilan PT.Coca-Cola di seluruh Dunia berawal dari DR. Jhon Pemberton pada tanggal 8 Mei 1886, beliau adalah seorang ahli farmasi di Atlanta, Georgia, Amerika Selatan. Ia pertama kali menemukan ramuan sirup karamel berwarna dalam sebuah katel kuningan yang kemudian dikenal dengan minuman yang sangat nikmat dan menyegarkan dan diberi nama “Coca-Cola”. Karena dinilai mempunyai prospek yang menguntungkan kemudian penemuan ini didaftarkan pada direktorat hak paten Amerika pada tahun 1893, sehingga hak atas pembuatan minuman ringan Cola-Cola sepenuhnya dimiliki oleh DR. Jhon Pemberton. Setelah ia wafat, maka penemuan ini diwariskan kepada Asa Candler, pada tahun 1891, hingga akhirnya Mr. Candler mendirikan perusahaan dengan nama *The Coca-Cola Company*, di Atlanta, Georgia, Amerika Serikat. Hingga saat ini perusahaan tersebut menjadi kantor pusat Coca-Cola di seluruh dunia. Pada tahun 1919, *The Coca-Cola Company* dijual kepada investor dengan harga 25 juta dolar. Pada tahun 1923, Robert W.Woodruff diangkat sebagai presiden *Coca-Cola Company* dan selama dalam masa kepemimpinannya (lebih dari enam dekade) telah membawa bisnis Cola-Cola mencapai sukses dagang yang produknya terkenal diseluruh dunia. Rekan kerja dan pengurus keuangan bisnis Dr

Pemberton, yaitu Frank M Robinson, kemudian menyarankan untuk memakai nama dan tulisan “Coca-Cola” dengan huruf-huruf miring mengalir, yang sekarang menjadi terkenal di seluruh dunia. Mr Robinson berpikir bahwa” Dua huruf “C” akan terlihat bagus dalam iklan” Pada tahun pertama, Dr Pemberton menjual 25 galon sirup yang diangkut dalam tong kayu berwarna merah menyala. Warna merah kemudian menjadi warna khusus yang dihubungkan dengan merek minuman nomor satu ini. Coca-Cola pertama kali dikenal sebagai produk yang dijual di tempat-tempat penjualan minuman dengan sistem “*fountain*” (mesin kran). Seorang pedagang permen, Joseph A Biedenharn dari Missisipi kemudian mencari cara untuk dapat menghadirkan minuman menyegarkan ini untuk piknik, dan mulailah ia menawarkan Coca-Cola yang dikemas dalam botol, dengan menggunakan sirup yang dikirim dari Atlanta, selama musim semi yang sibuk pada tahun 1894. Pada tahun 1899, proses pembotolan Coca-Cola berskala besar dimulai pemilik *The Coca-Cola Company* yang memberikan hak pembotolan eksklusif kepada Joseph B Whitehead dan Benjamin F Thomas dari Chattanooga, Tennessee. Kontrak ini menandai dimulainya sistem pembotolan yang unik dan independen dari *The Coca-Cola Company*, dan merupakan dasar dari pengoperasian Perseroan minuman ringan tersebut hingga kini (Sumber: *Company Profile PT. CCBI Central Java*)

## **2. Perkembangan PT. Coca Cola Botling Indonesia**

PT. Coca-Cola masuk ke Indonesia dan mulai diperdagangkan pada tahun 1932 oleh De Netherlands Indische Mineral Water *fabrik* Jakarta di

bawah manajemen Bernie Vonings dari Belanda, Setelah Proklamasi Kemerdekaan dan masuknya para pemegang saham dari Indonesia, perusahaan ini berganti nama menjadi Indonesia *Beverages Limited* (IBL). Tahun 1971 IBL menjalin kerjasama dengan tiga perusahaan Jepang : *Mitsui Toatsu Chemical Inc. Mitsui & Co.Ltd* dan *Mikuni Coca-Cola Bottling Co.* membentuk *PT. Djaya Beverages Bottling Company (DBBC)*. Pada tanggal 12 Oktober 1993, *Coca-Cola Amatil Limited* (CCA) sebuah perusahaan publik dari Australia yang merupakan pabrik pembotolan Coca-Cola terbesar di dunia untuk pabrikasi, distribusi dan pemasaran produk the *Coca-Cola Company* telah mengambil alih kepemilikan DBBC dan berubah namanya menjadi *Coca-Cola Amatil Indonesia*, Jakarta. Sampai saat ini, CCA didukung oleh 11 pabrik pembotolan dan sekitar 9.000 karyawan, melayani lebih dari 400.000 pelanggan di seluruh Nusantara. Coca-Cola merupakan perusahaan asing yang paling berhasil beroperasi di Asia karena keunikan produk dan sistem pemasarannya serta pemahamannya terhadap pasar lokal/budaya lokal. Sebelas pabrik pembotolan yang ada di Indonesia terdapat di: Semarang, Bandar Lampung, Padang, Ujung Pandang, Medan. Surabaya, Bandung, Bali, Jakarta, Banjarmasin, Manado(Sumber: *Company Profile PT. CCBI Central Java*)

### **3. Perkembangan PT. Coca Cola Botling Indonesia Central Java**

Sejarah Coca-Cola di Jawa Tengah dirintis oleh 2 orang pengusaha yaitu Portugius Hutabarat (almarhum) dan H. Mugiyanto. Nama yang dipilih adalah *PT. Pan Java Botling Company*, yang resmi didirikan pada tanggal 1 November 1974, akan tetapi perusahaan ini baru mulai memproduksi pada

tanggal 5 Desember 1974, tanggal yang sering diperingati sebagai hari jadi PT. Coca-Cola Jawa Tengah. Karena perkembangannya yang pesat maka pada bulan april 1992 *PT. Pan Java Botling Company* melakukan kerja sama dengan *Coca-Cola Amatil Limited* di Australia, sehingga sejak saat itu *PT Pan Java Botling Company* berubah namanya menjadi *PT Pan Java Coca-Cola*. Karena adanya tahap awal dari rencana *marger* yang diusulkan antara perusahaan-perusahaan dalam kelompok usaha Coca-Cola, maka sejak tanggal 1 Agustus 1999 terjadi perubahan nama badan hukum dari *PT. Pan Java Coca-Cola* menjadi *PT. Coca-Cola Amatil Indonesia* yang melanjutkan kegiatan dalam bidang industri pembotolan air minum ringan dan usaha jasa distribusi, agen pemasaran minuman ringan. Pada tahun 2003 terjadi perubahan nama lagi menjadi *PT. Coca Cola Botling Indonesia Central Java* hingga sekarang.

Pusat pemasaran Coca-Cola Botling Indonesia Semarang *Operations* tersebar di wilayah Jawa Tengah, Daerah Istimewa Yogyakarta dan Eks.Karisidenan Madiun. Didukung oleh sembilan *Sales Center* dan delapan *Sub Sales Center* yang memiliki lebih dari 75.000 dister atau pengecer, mengisyaratkan besarnya dukungan ekonomi yang diberikan kepada keluarga-keluarga yang mempunyai usaha di sektor industri ini. Dengan *direct selling* sebagai sistem distribusi, Coca-Cola mengupayakan dan mengutamakan Kepuasan Pelanggan sebagai pelayanan yang utama(Sumber: *Company Profile PT. CCBI Central Java*).

## **B. MISI DAN VISI PT.COCA-COLA BOTLING INDONESIA**

### **1. Misi dan Visi PT.Coca-Cola Botling Indonesia**

Saat ini semua pabrik Coca-Cola di seluruh Indonesia bertekad untuk meningkatkan nilai pemegang saham dengan menjadi perusahaan minuman non-alkohol terdepan dalam memuaskan konsumen dan pelanggan dengan produk dan layanan berkualitas tinggi melalui kinerja orang-orang yang dinamis dan berdedikasi. Sehubungan dengan kemajuannya di era globalisasi maka sebuah perusahaan besar perlu memfokuskan diri dengan tujuan bisnisnya dengan harapan sasaran tergetnya dapat dicapai dengan efektifitas dan efisiensi. Agar dapat memenuhi semua itu maka perlu adanya penanganan pihak ketiga untuk pengelolaan Sumber Daya Manusia, Misi Coca-Cola adalah menjadi perusahaan air minum terkemuka di dunia dan salah satu kunci untuk mencapai hal ini adalah kinerja dari para karyawan (*Sumber: Company profile PT.CCBI Central Java*).

## **C. TUJUAN DAN NILAI PT.COCA-COLA BOTLING INDONESIA**

### **1. Tujuan PT.CCBI Central Java**

Ada dua tujuan perusahaan, yaitu di bidang ekonomi dan bidang sosial

#### **a. Tujuan Ekonomi**

##### **1) Meningkatkan Keuntungan Perusahaan**

Dengan adanya PT.Coca-Cola Botling Indonesia *Central Java*.

Keuntungan perusahaan akan lebih meningkat. Hal ini disebabkan

pendistribusian minuman tidak perlu didatangkan dari daerah lain, cukup dari daerah ini.

2) Menciptakan Lapangan Kerja dan Kesempatan Kerja

Pelaksanaan pemasaran dari hasil produksi PT.Coca-Cola Botling Indonesia *Central Java* memberi dampak bagi masyarakat di sekitarnya, masyarakat berusaha menjadi penjual minuman hasil produksi dari perusahaan ini, baik sebagai pengecer ataupun distributor tidak resmi

3) Penyerapan Tenaga Kerja

Dalam operasinya perusahaan ini membutuhkan banyak tenaga kerja yang terdidik dan terlatih. Banyak dari anggota masyarakat yang bertempat tinggal di sekitar lokasi perusahaan menjadi karyawan tetap maupun tidak tetap, sehingga jumlah pengangguran berkurang

4) Menambah Devisa Negara

Keberadaan PT.Coca-Cola Botling Indonesia *Central Java* menambah devisa negara dalam bentuk pajak dan bea cukai khususnya daerah Jawa Tengah

b. Tujuan Sosial

Walaupun PT.Coca-Cola Botling Indonesia *Central Java* menjadi suatu badan usaha yang sifatnya mencari keuntungan, namun perusahaan ini tidak mengesampingkan masalah-masalah sosial yang terjadi di sekitarnya, kerjasama bidang sosial ini tentunya akan menguntungkan

kedua belah pihak yaitu masyarakat sekitar dan perusahaan. Bentuk kerjasamanya antara lain:

- 1) Sebagai pihak Sponsor dalam berbagai acara contohnya pagelaran musik dan olahraga
- 2) Sebagai obyek penelitian ilmiah bagi pelajar, mahasiswa maupun organisasi-organisasi lain serta pemberian beasiswa bagi para pelajar berprestasi di wilayah bersangkutan
- 3) Pemberian sumbangan kepada badan-badan sosial di wilayah bersangkutan

## **2. Nilai Perusahaan**

Untuk pertumbuhan bisnis yang menguntungkan bagi perusahaan, manajemen, karyawan, dan pelanggan nilai perusahaan (*Sumber: Company profile PT. CCBI Central Java*) adalah:

### **a. Integritas**

Dengan menghargai perbedaan individu, bersikap adil, memperlakukan orang sebagaimana kita perlukan, contoh perilaku:

- 1) Menjaga nama baik
- 2) Melihat masalah secara konstruktif
- 3) Mengatakan apa yang dimaksud dan melaksanakan apa yang dikatakan
- 4) Memberikan pekerjaan yang sesuai dengan orang lain yang sesuai.

### **b. Kejujuran**

Sikap jujur merupakan dasar dalam membangun kepercayaan, keseimbangan dan hubungan kerja jangka panjang, contoh perilaku:

- 1) Mengakui kesalahan
- 2) Melaporkan data dengan benar
- 3) Mengatakan yang sebenarnya

c. Kerjasama Kelompok

Bekerjasama untuk membangun berdasarkan berbagai kekuatan dan perbedaan kita guna mencapai tujuan bersama, contoh perilaku:

- 1) Saling membantu
- 2) Menyumbangkan ide dan saran

d. Fokus Pada Pelanggan

Dengan memenuhi harapan pelanggan maka dapat mencapai aspirasi kita masing-masing, contoh perilaku:

- 1) Memahami kebutuhan pelanggan
- 2) Mengatasi permintaan pelayanan

e. Belajar Setiap Hari

Dengan belajar setiap hari akan terus tumbuh dan mampu memenuhi tantangan pribadi dan profesional. contoh perilaku:

- 1) Tidak mengulangi kesalahan yang sama
- 2) Belajar di luar kelas
- 3) Ajukan pertanyaan dan cari saran.

f. Keunggulan Dalam Pelaksanaan

Dengan memiliki disiplin diri, tekad dan penuh hasrat yang tinggi pada pekerjaan, perusahaan akan menerapkan pengetahuan untuk mencapai

prestasi yang terbaik atau berusaha memperbaiki proses dan prestasi kita.

Contoh sikap:

- 1) tuntas pekerjaan yang sudah dimulai
- 2) bisa karena biasa, sempurna karena dipraktekkan

#### **D. SUMBER DAYA MANUSIA**

Produksi pertama Coca-Cola di Indonesia dimulai pada tahun 1932 di satu pabrik yang berlokasi di Jakarta. Saat itu hanya ada 25 karyawan yang mengoperasikan 3 buah mesin produksi, sejak saat itu hingga tahun 1980-an, berdiri 11 perusahaan independen di seluruh Indonesia guna memproduksi dan mendistribusikan produk-produk *The Coca-Cola Company*. Pada awal tahun 1990-an, beberapa di antara perusahaan-perusahaan tersebut mulai bergabung menjadi satu. Tepat pada tanggal 1 Januari 2000, sepuluh dari perusahaan-perusahaan tersebut bergabung dalam perusahaan-perusahaan yang kini dikenal sebagai Coca-Cola Bottling Indonesia. Saat ini jumlah karyawannya sekitar 10.000 orang. Dipimpin oleh manajemen yang handal, saat ini *Coca-Cola Amatil Indonesia* Semarang sendiri mempekerjakan 1200 tenaga dan Koperasi Kendali Harta sebagai penunjang hubungan industrial Pancasila yang harmonis. Pengembangan tenaga-tenaga muda Indonesia merupakan prioritas utama. Sejak tahun 1990 sekitar 5000 rekanan Coca-Cola telah mengikuti berbagai aktifitas pelatihan.

Melalui program peningkatan ketrampilan seluruh karyawan diberikan kesempatan untuk mengikuti program-program pelatihan baik yang

diselenggarakan oleh *trainer-trainer* atau pelatih dari dalam maupun luar negeri. Jam kerja karyawan PT. Coca-Cola Botling Indonesia *Central Java* ditentukan selama tujuh setengah sampai delapan jam per hari. Karyawan bagian produksi bekerja mulai hari Senin sampai Minggu dengan sistem *shiff*, yaitu:

1. Shift pagi, dimulai dari pukul 07.00-14.30 WIB
2. Shift siang, dimulai dari pukul 14.30-22.00 WIB
3. Shift malam, dimulai dari pukul 22.00-07.00 WIB

Khusus untuk hari Minggu, jam kerja karyawan dimulai dari pukul 07.00-12.00 WIB, sedangkan setiap hari Senin dimulai pukul 07.00-10.00 WIB untuk *Meeting* Mingguan namun tidak ada produksi. Kesejahteraan karyawan di PT. Coca-Cola Botling Indonesia *Central Java* sangat diperhatikan dengan pemberian fasilitas seperti pakaian kerja, biaya transportasi bagi karyawan, pemberian upah kerja lembur di samping gaji pokok, *THR* (Tunjangan Hari Raya), bantuan karyawan dan lainnya (Sumber: *Company profile PT. CCBI Central Java*).

## **E. ASPEK SOSIAL DAN PENGHARGAAN**

### **1. Aspek Sosial**

Sebagai rasa tanggung jawab Perusahaan terhadap lingkungan serta kepedulian sosial, maka perusahaan mengadakan sistem pengolahan air limbah yang aman dan tidak berbahaya bagi makhluk hidup, pelayanan poliklinik beserta mobil ambulance untuk masyarakat sekitar, unit Mobil pemadam, sarana dan kegiatan ibadah. Semua itu dituangkan dalam berbagai kegiatan sosial untuk memelihara hubungan harmonis antar perusahaan

dengan karyawan itu sendiri maupun dengan masyarakat luas secara umum. Beberapa Kegiatan Sosial yang dilaksanakan Coca-Cola adalah: Donor Darah, Bantuan Air Bersih, Bantuan untuk Yayasan Sosial, Bea Siswa, Program pendidikan untuk Praktek Kerja, dan sebagainya. Menerapkan berbagai nilai dan budaya perusahaan di lingkungan perusahaan dengan mengutamakan kenyamanan bagi karyawan maupun masyarakat luas pada umumnya (*Sumber: Public relations PT. CCBI Central Java*).

## **2. Penghargaan**

Sebagai sebuah perusahaan yang telah berusia lebih dari 25 tahun, Coca-Cola Botling Indonesia Jawa Tengah telah menunjukkan eksistensinya yaitu dengan berbagai penghargaan yang telah diterima, baik penghargaan di tingkat lokal, nasional maupun internasional.

### **a. Penghargaan Lokal dalam Bidang:**

- 1) Penghijauan dan Pertamanan pabrik Propinsi Jawa Tengah th. 2001
- 2) Kesehatan dan keselamatan kerja ( K3 ) Kabupaten Semarang dan Propinsi Jawa Tengah, Th. 2004
- 3) Pengelolaan Satpam Teladan dari POLDA Jawa Tengah, th. 1997
- 4) Partisipasi Pengentasan Desa Tertinggal Jawa Tengah, th 2000
- 5) *Solo Customer Satisfaction Index* ( SCSI ) untuk Teh Hi-C, Th.2002

### **b. Penghargaan Nasional dalam Bidang :**

- 1) Mutu (kualitas) di antara pabrik Coca-Cola di Indonesia 1977, 1978, 1986, 1987,1988, 1989, 1990, 1992, 1994, dan 1996.
- 2) Bidang Kesehatan dan Keselamatan kerja ( K3 ) th.1989

- 3) Prestasi Penjualan terbaik th.1996
- 4) Piala Presiden untuk kecelakaan nihil, th 1997
- 5) Piagam menteri Lingkungan Hidup (*Chairman award*) Th.2000
- 6) *Bi Partite Awards*, th 2005

Dari sisi organisasi sumber daya manusia Coca-Cola berhasil meraih '*Bi Partite Awards*' yang disampaikan oleh Wakil Presiden di Jakarta bulan Februari 2005 . Dalam hal ini Coca-Cola dinilai memiliki budaya organisasi yang kondusif. Budaya ini bisa dilihat dari adanya *Forum Komunikasi Bipartite* yang senantiasa melakukan keterbukaan informasi untuk menjalin hubungan Industrial di tingkat perusahaan

c. Penghargaan Internasional dalam Bidang:

- 1) Mutu ( kualitas ) Coca-Cola se Asia Timur Jauh, th 1978
- 2) Penghargaan mutu di antara perusahaan Coca-Cola Asia Pacific, Th.2000

Untuk mempertahankan kualitas produk dan pelayanan kepada masyarakat luas, manajemen Coca-Cola mempunyai standart baku dalam menjalankan bisnis, yakni *The Coca-Cola Quality System*. Dalam sistem ini Coca-Cola harus memiliki sistem yang bermutu di seluruh bagian, baik bagian produksi, pemasaran, pengiriman produk, keamanan dan lain. Lain.

Penghargaan yang baru saja diperoleh oleh Coca-Cola Botling Indonesia Jawa Tengah setingkat Asia bulan Desember 2005 ini adalah *The Coca-Cola Quality System Phase 3* karena berhasil menerapkan dan

menjalankan sistem berkualitas secara terus menerus (*Sumber: Public relations PT.CCBI Central Java*).

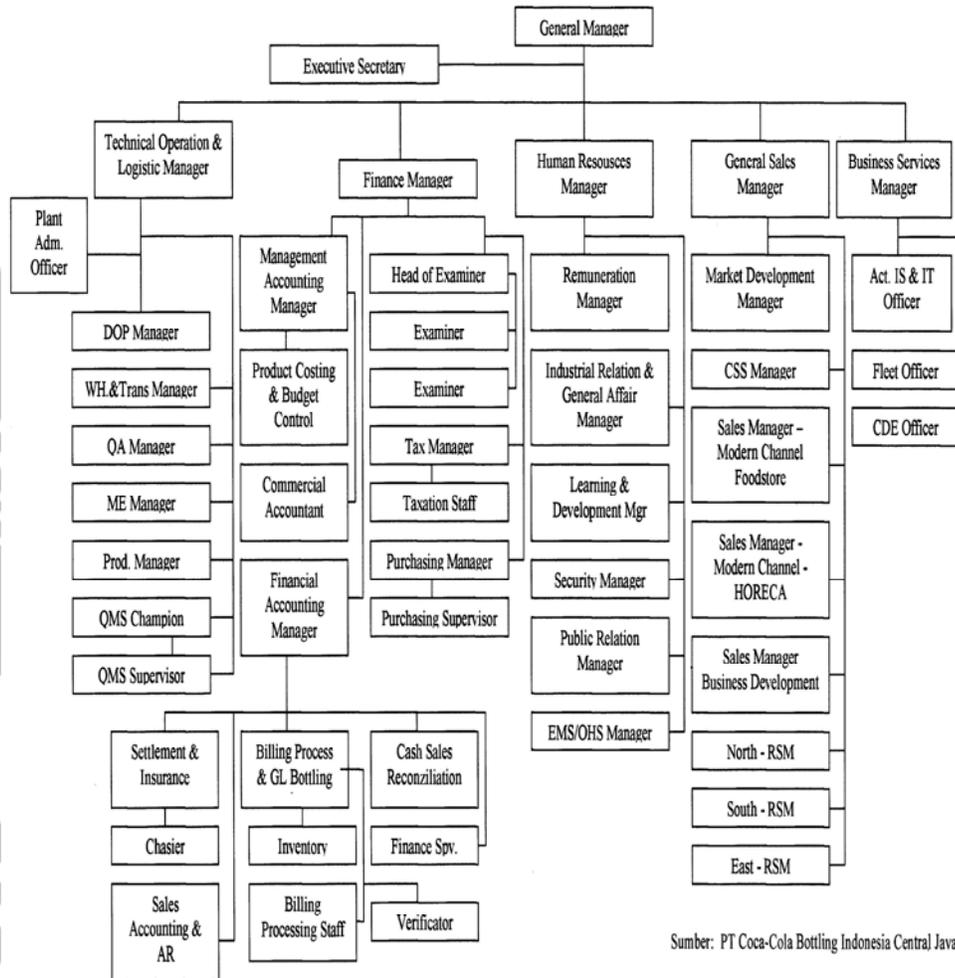
## **F. STRUKTUR ORGANISASI**

Struktur organisasi adalah mekanisme formal di mana sebuah organisasi dikelola dan dapat menunjukkan kerangka serta disusun pola terhadap hubungan, fungsi, bagian posisi maupun orang yang menunjukkan kedudukan, tugas, wewenang serta tanggung jawab dalam organisasi tersebut. Pada PT.Coca-Cola Botling Indonesia, bentuk organisasi yang dianut dalam bentuk garis dan staff. Bentuk organisasi besar daerah kerjanya luas dan mempunyai bidang-bidang tugas beraneka ragam, serta rumit dan jumlah karyawannya banyak. Dalam bentuk organisasi *staff* terdapat satu atau lebih. *Staff* yaitu orang yang ahli di bidang dan tugasnya, memberi nasehat dan saran dalam bidangnya kepada pejabat, pemimpin dalam organisasi itu.

Untuk mengetahui struktur organisasi pada PT. Coca-Cola Botling Indonesia *Central Java* dapat dilihat dari bagan 2 berikut ini:

## Bagan 1

### Struktur Organisasi PT.Coca-Cola *Central Java*



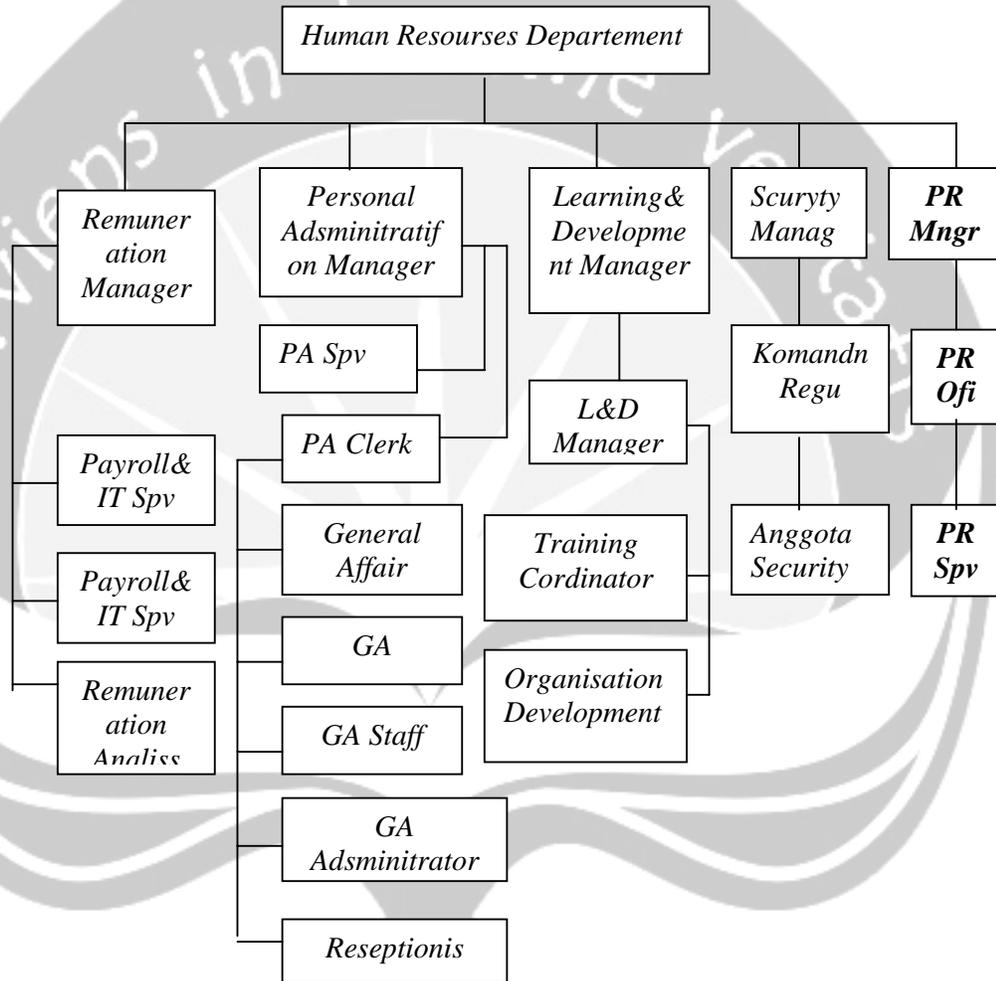
#### Keterangan :

PT.Coca Cola Botling Indonesia *Central Java* dipimpin oleh seorang *General Manager* yang dibantu oleh seorang *Secretary*. *General Manager* membawahi lima *Department Manager* yaitu *Technical Operations Logistik*, *Finance*, *Business services*, *General Sales* dan *Human Resources*. Di tangan merekalah roda usaha Coca-Cola dijalankan, kemudian tiap-tiap departemen

dibantu oleh *Manager bagian*, yang memiliki tugas dan fungsi masing-masing serta *staff* dan karyawan, seperti halnya *Human Resources Department*

Bagan 2

Struktur Organisasi *Human Resources Department*



(Sumber: Public relations PT. CCBI Central Java).

**Keterangan :**

Bagan di atas adalah struktur organisasi pada *Human Resources Department* (HRD), di mana *Public relations* sebagai perencana dan pelaksana

program CSR secara berada di bawah *HRD*, semua departemen itu dibantu oleh *staff* dan karyawan untuk menjalankan tugasnya.

**Tugas masing-masing Departemen:**

1. *General manager*

- a. Memimpin, mengendalikan dan mengkoordinasi serta mengevaluasi kegiatan perusahaan sesuai dengan kebijaksanaan perusahaan yang telah ditetapkan oleh *Head Office* ditingkat pusat yaitu CCBI Cibitung di Jakarta
- b. Menjaga hubungan baik dengan instansi atau individu di luar demi kepentingan perusahaan

2. *Secretary*

- a. Mengatur jadwal atasan
- b. Membuat surat-surat baik surat keluar maupun masuk

3. *Finance Manager*

- a. Menyusun rencana anggaran biaya dan pendapatan secara terpadu
- b. Menyusun rencana kerja operasi dari bagian administrasi untuk mencapai sasaran perusahaan

4. *Human Resources Manager*

- a. Meramalkan dan menentukan tenaga kerja yang dibutuhkan
- b. Mengembangkan sistem penggajian agar bisa memotivasi

5. *Technical Operations Logistic*

- a. Mengorganisir kegiatan-kegiatan perdagangan barang produksi perusahaan dan bertanggung jawab atas alat-alat produksi

6. *General Sales Manager*

Menangani masalah-masalah marketing dalam hal pencapaian target penjualan serta pengembangan pangsa pasar

7. *Supply Manager*

Menyuplay bahan baku untuk keperluan selama produksi berlangsung dari pemasok

8. *Information System Manager*

Mengorganisir dan menyeleksi informasi-informasi bisnis yang masuk maupun keluar perusahaan

9. *Fleet & Ware Housing Manager*

Menbuat anggaran bagian pemasaran yang meliputi penjualan transportasi dan semua biaya-biaya.

10. *Cold Drink Equipment Manager*

Mengembangkan Minuman

11. *Public Relations Manager*

- a. Membina hubungan baik internal maupun eksternal perusahaan
- b. Menangani pengaduan konsumen, dengan memonitor, merekam dan mengevaluasi tanggapan dari masyarakat
- c. Memperbaiki citra organisasi, di mana Citra yang baik tidak hanya terletak pada bentuk gedung, presentasi, publikasi dan sebagainya. Tetapi bagaimana organisasi bisa mencerminkan organisasi yang dipercayai.

d. Sebagai wakil perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya.

Seiring dengan jalannya PT.Coca-Cola Botling Indonesia (CCBI), perusahaan menghadapi banyak tantangan baik berasal dari dalam maupun luar. Sebagai contoh perubahan dari dalam adalah tingkat kegiatan yang lebih banyak, perluasan wilayah kegiatan dan tingkat keterampilan, sikap dan perilaku pegawai. Sedangkan penyebab perubahan dari luar adalah perubahan kebijakan dari tingkat yang lebih tinggi dan perubahan kerja keluar.

Untuk menghadapi adanya perubahan ini PT.CCBI melakukan pengembangan organisasi dengan tujuan sebagai jawaban terhadap adanya perubahan yang terjadi, sebagai usaha penyesuaian dengan hal-hal yang baru, untuk menyelesaikan masalah-masalah yang timbul serta usaha untuk menyempurnakan organisasi untuk meningkatkan keberhasilan usaha. Bentuk pengembangan yang dilakukan antara lain sebagai berikut:

1. Merubah struktur organisasi yaitu dengan menambah dan memperluas satuan dari babarapa satuan menjadi satuan yang lebih besar, dan memecah satuan besar menjadi satuan-satuan yang lebih kecil
2. Merubah tata kerja yang meliputi tata cara, dan ketentuan kerja
3. Merubah orang sesuai dengan beberapa pertimbangan dari satu kedudukan dalam departement untuk menempati kedudukan lain baik dalam departement yang sama maupun yang berbeda

Berkaitan dengan perubahan yang terjadi di perusahaan untuk menjelaskan paparan di atas adalah penambahan bagian dalam struktur organisasi, yang pada

awalnya *General Manager* membawahi empat departemen, sekarang menjadi lima departemen seperti halnya terdapat dalam gambar struktur organisasi pada bagan 2, adanya perkembangan struktur organisasi adalah dengan penambahan satu Departemen dibawah *General manager* yaitu *Business Services Department* yang di pimpin oleh *Business Services Manager* untuk menangani arus arus informasi jalannya usaha. Adapun contoh perubahan program kerja melalui pembentukan suatu team khusus, dimana untuk mempermudah penanganan dan penentuan tindak lanjut perusahaan terhadap adanya krisis yang terjadi dari pihak dalam seperti kecelakaan kerja dan di pihak luar seperti terjadinya bencana, pihak perusahaan membentuk sebuah *Learning Corporate Meeting Team(LCMT)* program yang dipimpin oleh salah seorang dari bagian *Quality Management System (QMS Officer)*.