

## **BAB IV**

### **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Pengenalan Bab**

Pada bab ini peneliti menjelaskan mengenai pengelolaan CSR pada PT. Emax Fortune International. Peneliti juga memaparkan implementasi dan dampak yang diberikan dalam pelaksanaan CSR pada PT. Emax Fortune International. Tidak lupa juga peneliti menjelaskan mengenai struktur, prosedur dan sumber dana yang diperoleh untuk digunakan dalam aktifitas CSR pada PT. Emax Fortune International. Hasil dari analisis data ini mempunyai korelasi terhadap bab-bab lainnya, dimana hasil tersebut digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang berlandaskan pada telaah teoritik dan metedologi yang telah diterapkan pada bab sebelumnya.

#### **4.2. Profil PT. Emax Fortune International**

PT. Emax Fortune International berdiri sejak tahun 2003, merupakan perusahaan IT yang memberikan solusi software dan hardware untuk seni grafis dan *management*, jaringan dan layanan system pendukung, dan implementasi bisnis yang didukung pelatihan-pelatihan serta layanan purna jual. Perusahaan ini bergerak dalam bidang teknologi informasi yang merupakan salah satu distributor produk Apple terbesar di Indonesia.

PT. Emax Fortune International yang lebih dikenal dengan EMAX ini merupakan APR (*Apple Premium Reseller*) yang ada di Indonesia, store EMAX juga tersebar di beberapa wilayah Indonesia antara lain di Jakarta (EMAX Kemang, EMAX St.Mortitz, EMAX Plaza Semanggi, EMAX Mall Ambassador, EMAX Bursa Efek Indonesia), di Bandung (EMAX Bandung Indah Plaza), di Yogyakarta (EMAX Plaza Ambarrukmo)

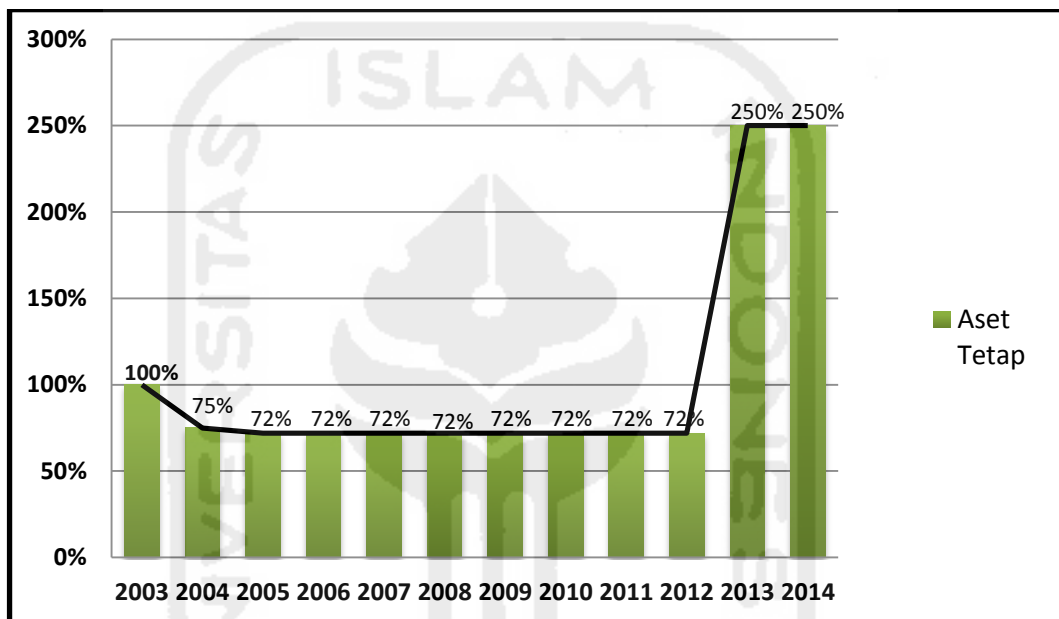
PT. Emax Fortune International bertujuan menjadi pemimpin dalam dunia IT dan *Graphic Art Technology* di Indonesia dan oleh sebab itu perusahaan ini selalu melakukan terobosan-terobosan yang baru dan inovatif. Selain itu PT. Emax Fortune International selalu hadir sebagai solusi pendidikan yang berpengalaman dalam mengimplementasikan dan mengintegrasikan teknologi MacOS dan iOS di dalam kelas untuk meningkatkan proses belajar dan mengajar. Melalui seminar, training dan workshop, PT. Emax Fortune International memiliki kegiatan-kegiatan untuk meningkatkan kemahiran penggunaan perangkat Apple bagi pengajar. Program-program Apple Professional Development yang ditawarkan juga didukung oleh trainer yang berpengalaman dan ahli dibidangnya.

#### 4.2.1. Profil Keuangan PT. Emax Fortune International

Berikut adalah grafik perkembangan keuangan dari PT. Emax Fortune International periode 2003 sampai 2014 :

Grafik 4.1

##### Perkembangan Aset Tetap PT. Emax Fortune International



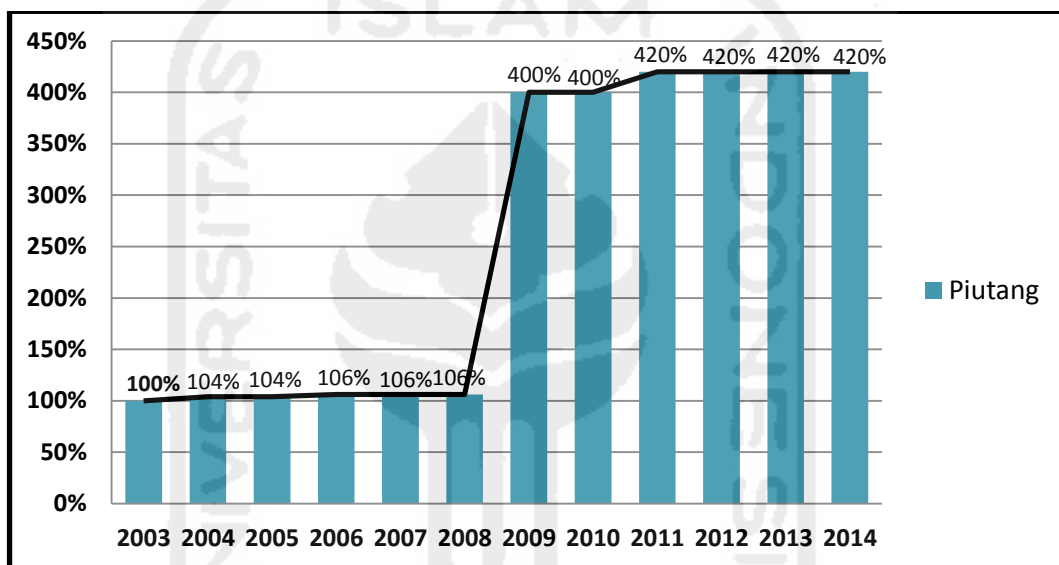
Sumber : ( Profil keuangan PT. Emax Fortune International )

Grafik diatas merupakan perkembangan aset tetap dari tahun 2003-2014, dimana (X) merupakan aset tetap awal pada tahun 2003 dari PT. Emax Fortune International. Pada tahun 2004, perkembangan aset tetap mengalami penurunan sebesar 25% dari X. Tahun 2004 – 2012 perkembangan aset tetap mengalami penurunan yang stabil sebesar 33% dari X. Sedangkan pada tahun 2013 dan 2014 perkembangan aset tetap mengalami kenaikan yang signifikan, yaitu sebesar 150% dari X.

Terjadinya kenaikan yang signifikan tersebut, di pengaruhi oleh pembelian beberapa asset tetap seperti tanah, mesin dan lain lain oleh PT. Emax Fortune International.

**Grafik 4.2**

**Perkembangan Piutang PT. Emax Fortune International**



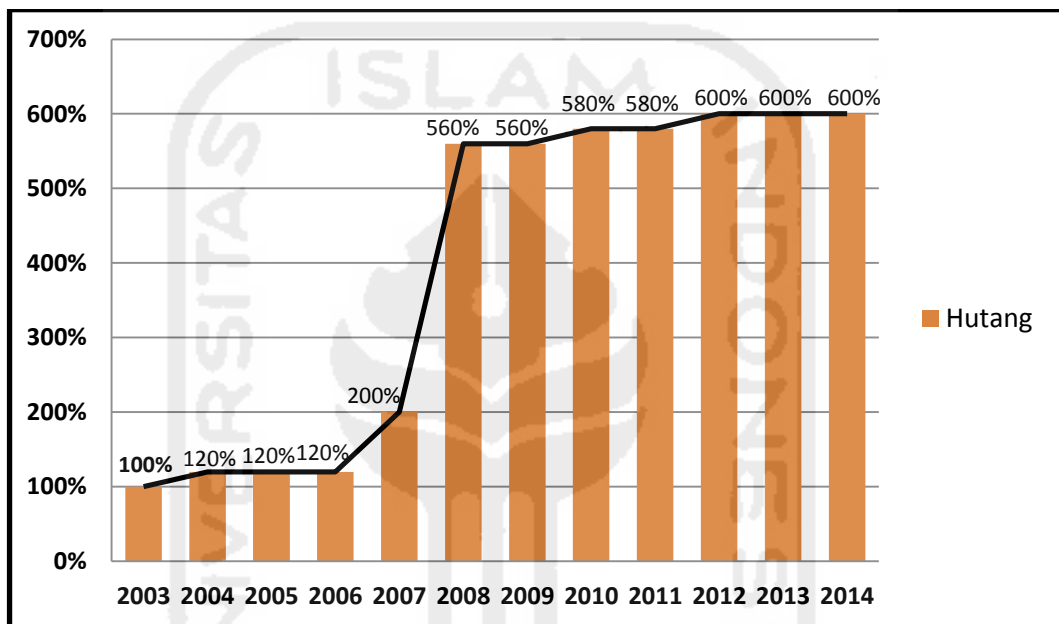
Sumber : ( Profil Keuangan PT. Emax Fortune International )

Grafik diatas merupakan grafik perkembangan piutang PT. Emax Fortune International dari tahun 2003 – 2004, dimana (Y) merupakan piutang awal dari PT. Emax Fortune International. Pada tahun 2004 – 2005 perkembangan piutang mengalami kenaikan sebesar 4% dari (Y), dan 2006 – 2007 juga mengalami kenaikan sebesar 6% dari (Y). Sedangkan pada tahun 2009 dan 2010 piutang mengalami perkembangan yang signifikan

yaitu sebesar 300% dari (Y), dan pada tahun 2011 – 2014 juga mengalami perkembangan yang signifikan sebesar 320% dari (Y).

**Grafik 4.3**

**Perkembangan Hutang PT. Emax Fortune International**



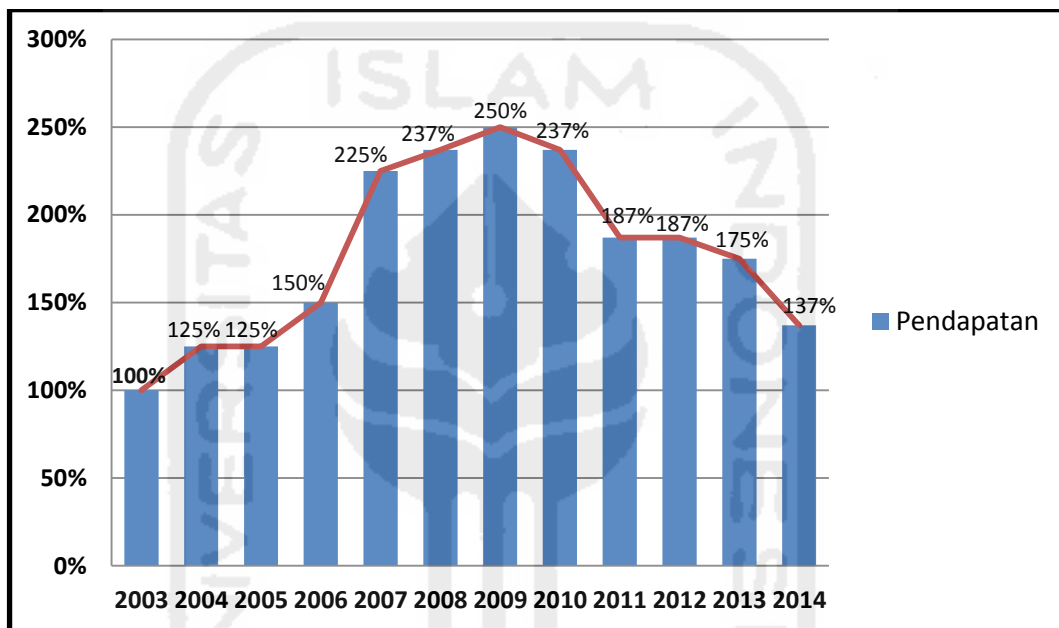
Sumber : ( Profil Keuangan PT. Emax Fortune International )

Grafik diatas merupakan perkembangan hutang dari PT. Emax Fortune International dari tahun 2003 – 2004, dimana (Z) merupakan hutang awal pada tahun 2003 dari PT. Emax Fortune International. Pada tahun 2004 – 2006 perkembangan hutang mengalami kenaikan yang stabil sebesar 20% dari (Z) dan tahun 2007 mengalami kenaikan sebesar 100% dari (Z). Sedangkan pada tahun 2008 – 2009 perkembangan hutang mengalami kenaikan yang signifikan sebesar 460% dari (Z) dan tahun

2010 – 2011 sebesar 480%. Hal tersebut juga dialami pada tahun 2012 – 2014, dimana perkembangan hutang mengalami kenaikan yang signifikan sebesar 500% dari (Z).

**Grafik 4.4**

**Perkembangan Pendapatan PT. Emax Fortune International**



Sumber : ( Profil Keuangan PT. Emax Fortune International )

Grafik diatas merupakan perkembangan pendapatan dari PT. Emax Fortune International dari tahun 2003 – 2004, dimana (P) merupakan pendapatan awal pada tahun 2003 dari PT. Emax Fortune International. Perkembangan pendapatan mengalami kenaikan sebesar 25% dari (P) pada tahun 2004 – 2005, dan 50% dari (P) di tahun 2006. Perkembangan pendapatan mengalami kenaikan yang signifikan terjadi di tiga tahun kemudian, yaitu pada tahun 2007 sebesar 125% dari (P), tahun 2008 sebesar 137% dari (P), dan tahun 2009 sebesar 150% dari (P). Sedangkan

pada tahun 2010 – 2014 perkembangan pendapatan mengalami penurunan sebesar 37% - 137% dari (P).

#### **4.2.2. Latar Belakang Berdirinya Pusat Kemasan UKM**

Pusat Kemasan UKM berdiri pada tanggal 26 September 2013. Latar belakang berdirinya Pusat Kemasan UKM sebagai program CSR pada PT. Emax Fortune International, berawal dari Gusti Kanjeng Ratu Mangkubumi melihat para pelaku UKM di daerah Jogja masih terkendala dalam memberikan kemasan pada produk-produk mereka. Selain itu juga melihat dari keseluruhan group termasuk Emax ada di kemasan, yang sudah berpengalaman selama 30 tahun mengemas berbagai macam kemasan-kemasan mainan seperti mainan Barbie, dan mainan produk Mattel. Adapun penjelasan mengenai latar belakangnya yang disampaikan oleh Bapak M. Rizky Francisco Arbali (2016 a) selaku VP Bussiness Development, adalah sebagai berikut :

“Salah satu masalah yang diketahui oleh ibu ketua waktu itu adalah kemasan, dan kami waktu itu berdiskusi mengenai masalah ini, dan kami mengambil inisiatif untuk membuat satu *setup* yang simple yang mudah dan yang terjangkau untuk para UKM tersebut, jadi asal muasalnya memang dari idenya Gusti Kanjeng Ratu Mangkubumi untuk meningkatkan kualitas kemasan UKM-UKM yang ada di Jogja.”

Sesuai penjelasan dari narasumber tersebut, pada waktu PT. Emax Fortune International membuka cabang di Jogja, ada tawaran dari Gusti Kanjeng Ratu Mangkubumi selaku beberapa kepala yayasan UKM untuk

mengatasi masalah mengenai UKM yang ada di Jogja saat itu. Jadi asal terbentuknya Pusat Kemasan UKM ini adalah dari idenya Gusti Kanjeng Ratu Mangkubumi, sehingga melihat permasalahan tersebut, bagian VP Bussiness Development PT. Emax Fortune International mengambil peluang tersebut sebagai program CSR. Adapun alasannya adalah untuk meningkatkan kualitas kemasan para pelaku bisnis dan UKM-UKM yang ada di Jogja.

#### **4.2.3. Visi dan Misi Pusat Kemasan UKM**

Berikut merupakan visi dan misi yang terdapat pada Pusat Kemasan UKM, adalah sebagai berikut :

Visi : Menciptakan kemasan yang dapat mengembangkan produk UKM Indonesia hingga Go International.

Misi :

- Meningkatkan daya jual produk UKM.
- Memperluas jaringan penjualan produk UKM hingga ke seluruh Indonesia.
- Meningkatkan mutu UKM Indonesia.

#### **4.2.4. Struktur Organisasi Pusat Kemasan UKM**

Pada bagian sebelumnya, melihat struktur organisasi dari PT. Emax Fortune International yang bertanggungjawab atas berjalannya program CSR adalah divisi VP Development atau *Bisnis Development*. Tetapi



dengan banyaknya aktifitas yang semakin banyak dan padat, perusahaan membuat divisi khusus yang langsung menangani UKM Center.

Pusat Kemasan UKM yang berada di Bantul ini mempekerjakan 12 orang karyawan, seperti yang dijelaskan oleh Bapak Budidjaja K. selaku Plant Manager di Pusat Kemasan UKM (2016 a), adalah sebagai berikut :

“Jadi totalnya Pusat Kemasan UKM ini ada 12 orang, saya sendiri sebagai Plant Manager, lalu supervisor ada 1, lalu kita punya 2 orang grafik designer, dan 1 orang produk designer, dan ada di produksi itu 4 orang, dan security kita 3 orang, serta tukang kayu kita ada 1 orang.”

Dari 12 orang karyawan tersebut memiliki peran dan tanggungjawab masing-masing sebagai berikut :

a) Plant Manager

Terdiri dari 1 orang, yang mana dia bertanggungjawab penuh terhadap gerak majunya suatu suatu perusahaan, karena di Pusat Kemasan UKM ini Plant Manager merencanakan semua kegiatan yang akan dilaksanakan sekarang dan yang akan datang.

b) Supervisor

Terdiri dari 1 orang, yang mana dia sebagai penghubung antara staff dan manager dan menyelesaikan masalah sebisanya tanpa harus ditangani oleh atasan, serta menampung saran dan keluhan dari customer.

c) Graphic Designer

Terdiri dari 2 orang, yang mana bertugas untuk menyampaikan sebuah informasi atau solusi yang diinginkan oleh klien dalam bentuk desain yang menarik.

d) Produk Designer

Terdiri dari 1 orang, tugasnya menentukan bentuk dari sebuah produk, mengolah bentuk tersebut agar terlihat lebih menarik dan memiliki nilai jual yang lebih.

e) Produksi

Terdiri dari 4 orang, yang bertugas membuat atau mencetak kemasan yang sudah di desain sebelumnya.

f) Security

Terdiri dari 3 orang, yang bertugas untuk menjaga keamanan dengan shift yang berbeda-beda.

g) Tukang Kayu

Terdiri dari 1 orang, membuat rancangan kayu untuk melindungi kemasan yang nantinya akan dikirim ke luar kota atau luar provinsi.

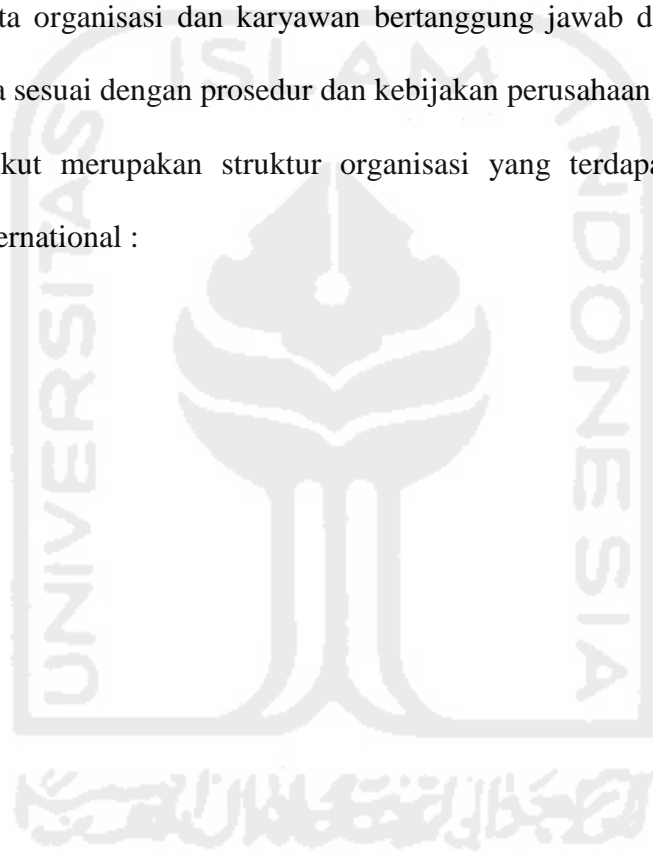
#### **4.3. Struktur Penanggung Jawab Program CSR PT. Emax Fortune International**

Setiap organisasi memiliki struktur organisasi, dimana seluruh karyawan yang ada didalamnya memiliki peran dan tanggungjawab masing-masing dengan tugasnya. Struktur organisasi tersebut menunjukkan kerangka dan susunan pola tetap hubungan-hubungan diantara fungsi-fungsi, bagian-bagian, posisi-posisi

maupun orang yang menunjukkan kedudukan, tugas, wewenang serta tanggungjawab yang berbeda-beda dalam organisasi tersebut.

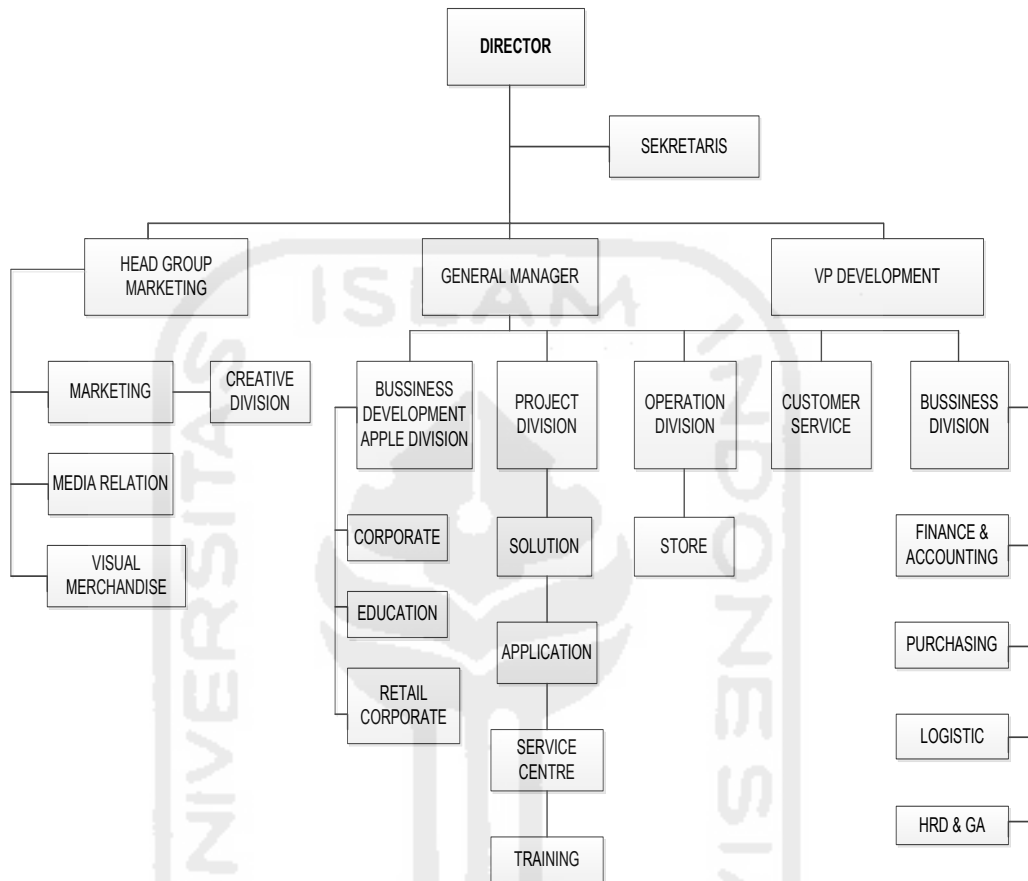
Struktur organisasi yang digunakan oleh PT. Emax Fortune International adalah struktur organisasi berbentuk bagan garis dan formal, yang dengan jelas menginformasikan tingkat jabatan yang ada dalam perusahaan. Hal ini membantu para anggota organisasi dan karyawan bertanggung jawab dalam melaksanakan kegiatannya sesuai dengan prosedur dan kebijakan perusahaan.

Berikut merupakan struktur organisasi yang terdapat pada PT. Emax Fortune International :



**Gambar 4.1**

**Struktur Organisasi PT. Emax Fortune International**



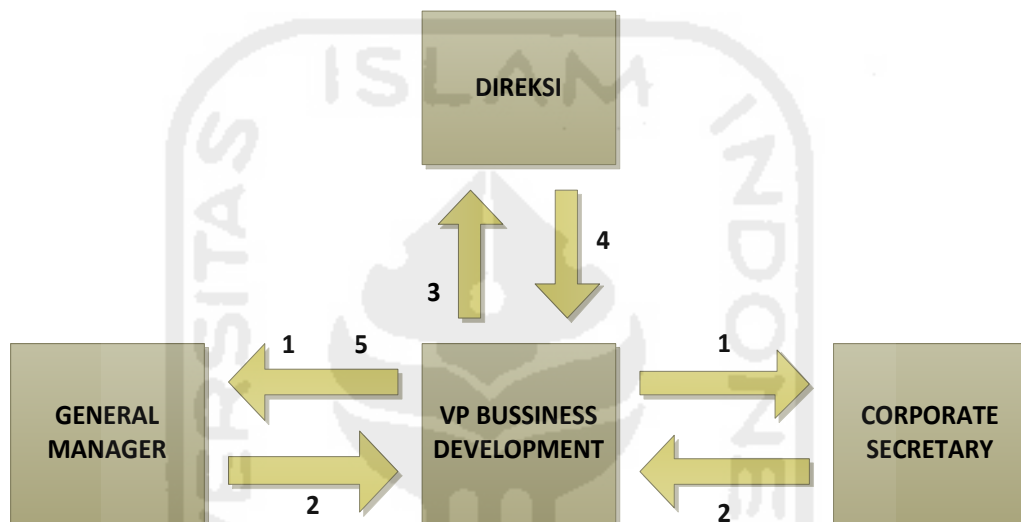
Sumber : (Profil PT. Emax Fortune International)

Pada struktur organisasi PT. Emax Fortune International, bagian yang bertanggung jawab dengan pengelolaan program CSR adalah bagian VP Bussiness Development (VPBD). Dalam hal ini Bapak M. Rizky Francisco Arbali adalah orang yang berada pada posisi atau jabatan VPBD tersebut. Dalam pembentukan program CSR Pusat Kemasan UKM, VPBD merumuskan dan berkoordinasi langsung dengan General Manager, Corporate Secretary, dan Direksi.

Dalam proses pembentukan program CSR ini tidak lepas dari peran VPBD dalam mengusulkan program tersebut ke perusahaan. Berikut proses pembentukan program CSR PT. Emax Fortune International yang dilakukan oleh VPBD :

**Gambar 4.2**

**Proses Pembentukan Program CSR PT. Emax Fortune International**



Sumber : (Profil PT. Emax Fotune International)

Menurut Bapak M. Rizky Francisco Arbali, proses pembentukan program CSR Pusat Kemasan UKM melalui beberapa tahapan, yaitu VP Bussiness Development (VPBD) pertama-tama mengusulkan kegiatan CSR kepada General Manager dan Corporate Secretary. Kemudian masukan/saran dari General Manager dan Corporate Secretary diterima oleh VPBD yang nantinya akan diajukan ke Direksi. Setelah di ajukan dan di *Approval* dari Direksi, maka program CSR Pusat Kemasan UKM langsung bisa dieksekusi oleh General Manager dan teamnya.

Melihat dari rumusan masalah yang pertama, yaitu mengenai struktur penanggung jawab program CSR PT. Emax Fortune International, peneliti menemukan didalam struktur organisasi PT. Emax Fortune International terdapat posisi jabatan yaitu VP Bussiness Development (VPBD). Posisi atau jabatan tersebut hanya di tempati oleh satu orang dan tidak memiliki bawahan. Dalam hal ini tentu akan menyulitkan VPBD merumuskan, merancang, dan mengelola program-program yang dibuat untuk mengembangkan bisnis.

#### **4.4. Pengelolaan dan Implementasi dari Pusat Kemasan UKM**

Dalam pengelolaan Pusat Kemasan UKM dipimpin oleh seorang Plant Manager, UKM Business Head, Graphic Designer, dan dibantu dengan 9 karyawan lainnya. Dalam pengelolaan Pusat Kemasan UKM tidak lepas menjalin hubungan kerjasama dengan pihak-pihak yang bersangkutan. Seperti yang sudah di jelaskan oleh Bapak Budidjaja K (2016, a) selaku Plant Manager didalam Pusat Kemasan UKM, adalah sebagai berikut :

“Dalam pembuatan suatu kemasan, itu ada 4 (empat) langkah proses, mungkin proses ke 2 (dua) kita nggak bisa buat disini, karna mungkin peralatan kita tidak memadai, sumber dayanya juga tidak memadai.”

Dari penjelesan diatas, dapat disimpulkan bahwa dalam proses produksi, Pusat Kemasan UKM tidak bekerja secara sendiri, melainkan adanya campur tangan oleh pihak ketiga, dimana pihak ketiga membantu untuk melengkapi semua proses produksi yang ada di Pusat Kemasan UKM. Hal tersebut dikarenakan terbatasnya peralatan dan sumber daya yang ada, sehingga dengan

adanya keterlibatan pihak ke tiga dalam membantu proses produksi kemasan, menjadikan biaya produksi menjadi lebih tinggi.

#### **4.4.1. Sumber Dana Operasional Pusat Kemasan UKM**

Pada dasarnya, dalam mendanai operasional Pusat Kemasan UKM, PT. Emax Fortune International mendanai sendiri untuk kebutuhan operasionalnya, seperti yang sudah di jelaskan oleh Bapak M. Rizky Francisco Arbali (2016 a), adalah sebagai berikut :

“Kami merasa cukup untuk mendanai semua itu, karna kita juga melihat, tidak terlalu mahal dari segi cost karna memang kita juga mengetahui bagaimana sumbernya kayak apa, tempat plastik, tempat kemasan-kemasan, dan mesin-mesinnya juga kebetulan yang kami pilih bukan yang terlalu besar biayanya sehingga kami sendiri yang dari PT sendiri yang mendanainya.”

Menurut Bapak M. Rizky Francisco Arbali, PT. Emax Fortune International memberlakukan program CSR mereka seperti bisnis, hal tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dana operasional pada Pusat Kemasan UKM. Kontribusi dari Pusat Kemasan UKM dalam hal ini berupa memberikan pelayanan jasa dan menjual produk-produk kemasan kepada para pelaku UKM. Dengan menggunakan dana dari perusahaan sendiri, hal ini bisa menjadi lebih fleksibel dalam pemakaian jumlah dana sewaktu-waktu, serta bebas mengalokasikan dana sesuai dengan keputusan perusahaan.

#### **4.4.1.1. Pelaporan**

Dalam menjalankan program CSR, yaitu Pusat Kemasan UKM, laporan akan sangat dibutuhkan untuk memberikan informasi-informasi penting, yang nantinya informasi tersebut bisa juga dijadikan tolak ukur kesuksesan dalam menjalankan program CSR tersebut. Sedangkan dari Pusat Kemasan UKM, setiap satu minggu sekali, Bapak Budidjaja K selaku *Plant Manager* memberikan laporan-laporan aktivitas atau acara yang ada kepada Direksi dan Bapak M. Rizky Francisco Arbali selaku VPBD yang bertanggung jawab atas berlangsungnya program CSR tersebut.

#### **4.4.2. Implementasi dari Pusat Kemasan UKM**

Bentuk implementasi yang diberikan pada Pusat Kemasan UKM adalah pelayanan jasa. Dan jasa yang dimaksud adalah jasa konsultasi, pelatihan dan kemasan. Adapun pengertian kemasan menurut UU Republik Indonesia no 7 tahun 1996 tentang pangan adalah sebagai berikut : “Kemasan pangan adalah bahan yang digunakan untuk mewadahi atau membungkus pangan, baik yang bersentuhan langsung dengan pangan maupun tidak.” Jadi kemasan tersebut merupakan suatu bahan yang dipakai untuk membungkus suatu barang, yang berguna sebagai wadah dan pelindung untuk barang.

Pusat Kemasan UKM memiliki beberapa bidang kegiatan yang masing-masing bidang tersebut, memiliki beberapa kegiatan yang



dilakukan oleh Pusat Kemasan UKM. Adapun bidang tersebut yang sudah dikutip dari profil Pusat Kemasan UKM adalah sebagai berikut :

1) Solusi Pengemasan :

a) Pilihan kemasan

Konsumen disini akan disajikan beberapa contoh bentuk kemasan yang sudah di pajang di gallery kemasan sebagai referensi. Hal ini bertujuan untuk memudahkan konsumen memilih bentuk kemasan yang di inginkan. Selain itu konsumen juga bisa memesan bentuk kemasan sesuai keinginan.

b) Desain Label

Konsumen disini akan diberi konsultasi gratis mengenai desain label yang nantinya akan dipasang pada kemasan. Hal ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada konsumen mengenai produk yang sudah di kemas tersebut. Selain itu, dengan adanya desain label akan menambah nilai jual terhadap produk yang dihasilkan.

c) Training

Selain menawarkan jasa desain dan kemasan, Pusat Kemasan UKM juga memberikan training atau pelatihan kepada pelaku UKM lainnya, sehingga pelaku UKM lainnya dapat membuat produk kemasan mereka menjadi lebih baik lagi, yang secara tidak langsung akan memberikan nilai jual yang lebih tinggi terhadap produk yang di jual.

2) Jasa Pengemasan :

Dalam jasa pengemasan ini alat-alat yang sudah digunakan adalah sebagai berikut :

a) Mesin packing horizontal

Fungsinya untuk mengemas produk makanan berbentuk solid/padat. Contohnya : biskuit, kue, mie instan, roti, permen, dll.

b) Mesin packing vertical

Fungsinya untuk mengemas produk makanan kering bersifat serbuk/butiran. Contohnya : tepung, keripik, biji-bijian, kacang, dll.

c) Mesin packing liquid

Fungsinya untuk mengemas produk makanan kering yang bersifat cairan. Contohnya : kecap, madu, susu, minyak, aneka minuman, dll.

d) Mesin vakum

Fungsinya untuk mengemas produk secara vakum dalam plastic. Udara dalam kemasan plastic dikeluarkan semua dengan cara disedot oleh mesin, lalu plastic direkatkan, sehingga terbentuk kemasan vakum yang bagus untuk produk yang sudah di beri kemasan.

e) Horizontal band sealer

Fungsinya untuk pengemasan produk didalam plastic, sehingga kemasan dapat tertutup dengan rapat dan rapi. Dalam penerapannya ini dikendalikan oleh panas dan tekanan, melepaskan warna dari

film pembawa menggunakan gambar kering atau roller dan obligasi secara permanen ke objek yang dipilih.

Sedangkan alat-alat yang sudah ada di Pusat Kemasan UKM tetapi belum di gunakan adalah sebagai berikut :

a) Pond Handle

Adalah alat untuk memotong berbagai macam bahan seperti spon eva, karet, pu, pvc, kulit, flannel, karton, kardus, kertas dll.

b) Hot Stamp

Adalah alat untuk pencetakan kering, dimana pigmen warna atau bahan logam ditransfer dari lembaran film terus menerus ke objek yang dihiasi.

c) UV Curing

UV Curing merupakan mesin yang berguna untuk mengeringkan hasil cetakan sablon kaos, kertas, pvc board, sticker, garment, kardus, sablon kaos baju, dan lain-lain.

3) Sertifikasi

a) Lab. Pengujian

Didalam lab. Pengujian, produk akan diuji dengan kemasan yang sudah di produksi sebelumnya, pengujian ini meliputi kecocokan dengan produk dan aman bagi produk yang sudah di kemas.

b) Sertifikasi produk

Didalam sertifikasi produk, Pusat Kemasan UKM memberikan jaminan tertulis dari pihak ketiga independen bahwa suatu produk yang dikemas tersebut beserta proses yang mendukungnya telah memenuhi persyaratan kesehatan, keamanan, keselamatan dan lingkungan.

c) Sertifikasi proses produksi

Pusat Kemasan UKM juga memberikan jaminan tertulis dari pihak ketiga independen bahwa dalam proses pembuatan produk tersebut sudah memenuhi syarat kesehatan, keamanan, keselamatan dan lingkungan.

4) Distribusi dan Pemasaran

a) Mendirikan beberapa toko / store

Dalam kegiatannya Pusat Kemasan UKM juga menginginkan untuk mendirikan toko / store di daerah lain, guna mempermudah pelaku UKM untuk datang ke toko / store terdekat.

b) Kerjasama pemasaran dengan partner

Dalam kegiatan pemasaran Pusat Kemasan UKM berkerjasama dengan BPD AKU, yang mana BPD AKU itu adalah yang menangani keluarga berencana.

c) E-commerce

Electronic commerce atau e-commerce adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui system

elektronik seperti internet, televisi, www, atau jaringan komputer lainnya. Pusat Kemasan UKM sendiri sudah memiliki media untuk mempromosikan mereka dalam pemasaran, seperti yang sudah di jelaskan Bapak Budidjaja K (2016 a) adalah sebagai berikut :

“Jadi ini memang sudah ada satu media yang kita tawarin, kita menggunakan anak perusahaan kita sendiri, dan itu memang sudah ada. Juga kita punya 1 web E-commerce yang namanya Ikomodo.”

#### **4.4.2.1. Struktur dan Fungsi Kemasan**

Dari profil Pusat Kemasan UKM yang peneliti dapatkan, peneliti menjelaskan mengenai struktur dan fungsi kemasan sebagai berikut :

##### **1) Struktur Kemasan**

Kemasan memiliki tiga struktur system kemasan, yaitu sebagai berikut :

##### **a) Kemasan Primer**

Kemasan primer adalah kemasan yang berkontak langsung dengan produk. Contohnya : plastic kemasan, botol minuman, kaleng makanan, dll.

##### **b) Kemasan Sekunder**

Kemasan primer adalah kemasan yang melindungi kemasan primer. Contohnya : kardus, gabus, dll.

c) Kemasan Tertier

Kemasan tertier adalah kemasan yang melindungi kemasan sekunder selama pengangkutan. Contohnya : kayu, peti barang, dll.

2) Fungsi Kemasan

Adapun fungsi kemasan adalah sebagai berikut :

- a) mewadahi produk selama distribusi.
- b) melindungi dan mengawetkan produk.
- c) sebagai identitas produk.
- d) meningkatkan efisiensi.
- e) melindungi isi produk dari kotoran atau debu, panas matahari langsung, hujan, dll.
- f) Memperluas pemasaran produk.
- g) Menambah daya tarik calon pembeli.
- h) Sarana informasi dan iklan.
- i) Memberi kenyamanan bagi pemakai.

Dari fungsi kemasan tersebut, kemasan juga dibagi menjadi tiga bagian klasifikasi fungsi kemasan. Adapun penjelasan mengenai klasifikasi fungsi kemasan adalah sebagai berikut :

a) Fungsi Fisik

Kemasan produk punya fungsi yang paling dasar secara fisik sebagai wadah dan pelindung produk yang

dikandung di dalamnya. Oleh karenanya, kemasan produk harus handal terhadap benturan, sinar matahari, tekanan, temperature, air, debu, udara dan lain.lain. Kemasan juga harus aman dari kontaminasi bahaya (fisik, biologis, kimia), aman ketika penyimpanan dan pengiriman, serta aman saat dan setelah kandungannya dikonsumsi.

b) Fungsi Informasi

Di fungsi informasi, label pangan merupakan keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk yang lain yang disertakan pada pangan yang dimasukan ke dalam ditempelkan pada bagian kemasan pangan. Jadi label dapat disimpulkan sebagai sumber informasi pada produk tersebut. Secara umum label harus mencantumkan beberapa hal sebagai berikut :

- Nama produk
- Nama merk
- Komposisi bahan
- Berat bersih
- Waktu kadaluarsa
- Produsen dan alamat
- Nomor P.IRT atau Halal.

Adapun pengecualian penerapan pada label antara lain adalah pangan yang kemasan terlalu kecil, secara teknis sulit dilakukan, maka pada kemasan yang lebih besar wajib ada keterangan sesuai peraturan pemerintah. Selain itu kemasan kecil seperti permen cukup diberi nama dan nama produsen saja. Dari pelabelan ini ada juga hal-hal yang dilarang untuk dicantumkan pada label makanan dan minuman, antara lain yaitu :

- Mencantumkan logo Badan POM.
- Mencantumkan kalimat telah diuji pada suatu instansi
- Klaim menyehatkan, gambar tidak sesuai dengan komposisi.
- Mengklaim produk tersebut berkhasiat menyembuhkan.

c) Fungsi Promosi

Kemasan sangat berperan penting dalam mendongkrak kualitas produk dan pemasaran. Produk dengan kemasan yang baik akan menimbulkan kesan bahwa produk tersebut diolah secara baik dan memiliki tingkat higienitas yang tinggi. Selain itu produk dengan kemasan yang baik dan menarik dapat memberikan sugesti dan membujuk konsumen agar menimbulkan keinginan



untuk membeli. Adapun beberapa alasan pentingnya branding dan kemasan untuk produk usaha kecil adalah sebagai berikut :

- Branding dan kemasan membuat brand menjadi lebih kuat dan tentunya menciptakan interaksi bagi klien.
- Branding dan kemasan menarik perhatian customer.
- Branding dan kemasan memfasilitasi keputusan pembelian.
- Branding dan kemasan memainkan peranan penting dalam promosi.
- Branding dan kemasan membuat produk menjadi berbeda dengan produk yang lainnya.

#### **4.4.2.2. Aktivitas Pusat Kemasan UKM**

Peresmian Pusat Kemasan UKM yaitu pada tanggal 26 September 2013, dalam aktivitasnya peneliti menjabarkan beberapa aktivitas yang terdapat pada data aktivitas Pusat Kemasan UKM dalam setahun setelah Pusat Kemasan UKM di resmikan. Adapun aktivitasnya terbagi menjadi 3 (tiga) bagian, yaitu adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.1****Aktivitas Pusat Kemasan UKM**

| <b>Event</b>      |  |
|-------------------|--|
| 26 September 2013 | Peresmian Pusat Kemasan UKM.                 |
| 25 Februari 2014  | Launching Produk Krispy Jagung dan Rempeyek. |

| <b>Kunjungan</b>  |  |
|-------------------|--|
| 13 Desember 2013  | UKM Pandak Bantul.   |
| 07 Januari 2014   | UKM Pandak Bantul bersama Kanjeng Wiro.                          |
| 17 Maret 2014     | UKM bersama Disperindagkop Gunungkidul.                          |
| 10 April 2014     | KWT Tanjung Jaya Bantul.   |
| 21 Mei 2014       | IKM Dusun Jurug, Argosari, Sedayu bersama Disperindagkop Bantul. |
| 03 Juni 2014      | Team Pemberdayaan Ekonomi Keluarga.                              |
| 17 Juli 2014      | UKM Imogiri bersama Disperindagkop Bantul.                       |
| 25 September 2014 | UKM Bambanglipuro bersama Dinas Pertanian dan kehutanan Bantul.  |
| 14 Oktober 2014   | UKM bersama Disperindagkop Yogyakarta.                           |
| 09 Desember 2014  | UPK Kecamatan Pandak Bantul.                                     |
| 19 Desember 2014  | UKM Kaliurang bersama Disperindagkop Sleman.                     |
| 24 Desember 2014  | UKM Mlati bersama Disperindagkop Sleman.                         |

| <b>Pelatihan</b>   |   |
|--------------------|---|
| 16 Januari 2014    | Rakernas Posdaya.   |
| 17 Februari 2014   | IKM Pemkab Bantul   |
| 25 April 2014      | IKM oleh Pemkab Bantul.                                     |
| 30 April 2014      | Rakernas UPPKS di Bandung.                                  |
| 19 Mei 2014        | Fasilitasi & kerjasama investasi oleh Disperindagkop Bantul |
| 28 Mei 2014        | Sosialisasi sertifikasi halal oleh Disperindagkop Sleman.   |
| 10 Juni 2014       | Fasilitas UKM Dlingo Bantul.                                |
| 24 Juni 2014       | UKM Piyungan oleh Disperindagkop Bantul.                    |
| 21 Juli 2014       | Forum Pemberdayaan Buruh Tani Perempuan DIY.                |
| 3-5 September 2014 | UKM Playen oleh Disperindagkop Gunungkidul.                 |
| 12 September 2014  | Desa PRIMA Kalibayang oleh BPPM.                            |
| 15 September 2014  | Desa PRIMA Tanjungsari Gunungkidul oleh BPPM.               |
| 09 Oktober 2014    | Peringatan Hari Pangan Kabupaten Sleman.                    |
| 13 Oktober 2014    | UKM Dinas Pertanian, Perikanan, Kehutanan,                  |

|                     |  |
|---------------------|--|
|                     | Kehutanan Sleman.                                    |
| 14 Oktober 2014     | UKM oleh Disperindagkop Kota Yogyakarta.             |
| 17 Oktober 2014     | UKM oleh Dinas Kehutanan dan Perkebunan Gunungkidul. |
| 3-4 Desember 2014   | UKM Imogiri oleh Disperindagkop Sleman.              |
| 16-19 Desember 2014 | UKM Kaliurang Oleh Disperindagkop Sleman.            |
| 20-24 Desember 2014 | UKM oleh Disperindagkop Sleman                       |

Sumber : ( Profil Pusat Kemasan UKM )

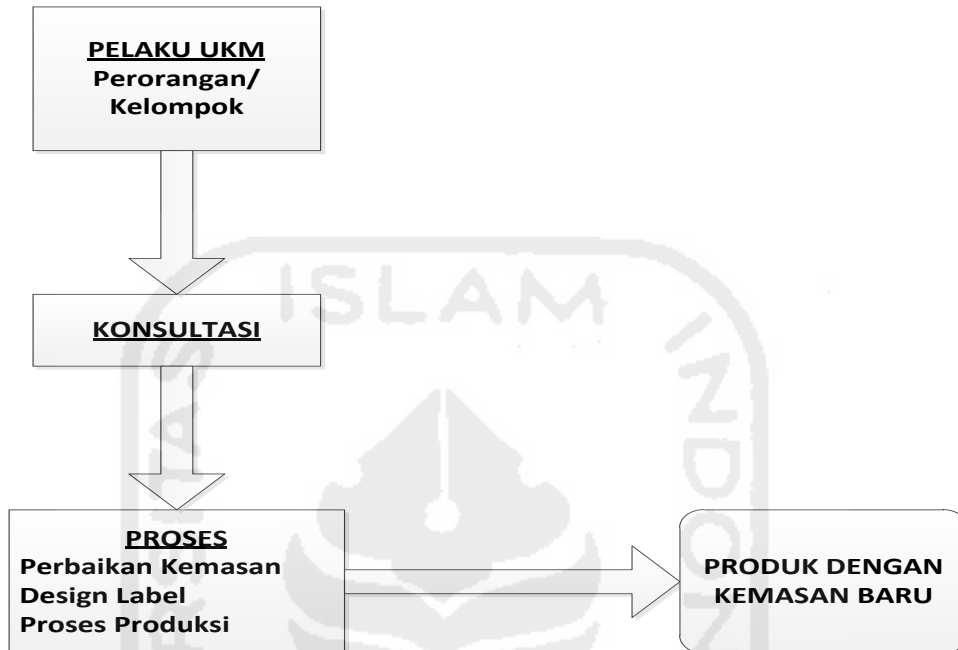
Dalam aktivitasnya setelah peresmian, terdapat minat masyarakat terutama pelaku UKM untuk mempelajari pentingnya kemasan pada produk, hal itu dibuktikan dengan diselenggarakannya pelatihan, dan kunjungan dari berbagai elemen masyarakat. Sehingga memberikan dampak positif atau manfaat pada masyarakat terutama pelaku UKM.

#### **4.4.3. Proses Pelayanan Pusat Kemasan UKM**

Dalam menjalankan proses pelayanan di Pusat Kemasan UKM, ada beberapa proses atau tahapan yang harus dilalui, sehingga proses tersebut dapat berjalan dengan lancar dan menjadi lebih efektif dan efisien. Proses pada pelayanan terhadap konsumen itu sangat penting untuk menjaga konsumen agar tetap senang dan puas dalam pelayanan yang diberikan. Adapun bagan dari proses pelayanan di Pusat Kemasan UKM tersebut adalah sebagai berikut :

**Gambar 4.3**

**Proses Pelayanan Di Pusat Kemasan UKM**



Sumber : (Profil Pusat Kemasan UKM)

Melihat bagan proses pelayanan diatas, pihak Pusat Kemasan UKM melakukan beberapa tahap pelayanan sampai produk dengan kemasan yang baru jadi dan bisa dibawa pulang oleh konsumen. Adapun proses tersebut diawali dengan konsultasi dengan konsumen untuk menentukan bentuk kemasan dan design yang diinginkan. Setelah melewati proses konsultasi, selanjutnya diproses di ruangan produksi, dan apabila design yang dikira kurang pas, maka dilakukan perbaikan kemasan, yang nantinya menghasilkan suatu kemasan yang menarik, bagus dan sesuai dengan kemauan atau permintaan konsumen.

Pusat Kemasan UKM sangat memprioritaskan pelayanan terhadap konsumen-konsumennya, hal tersebut bertujuan agar konsumen masih senantiasa untuk menggunakan jasa yang diberikan oleh Pusat Kemasan UKM. Dan hal itu terbukti, bahwa sampai sekarang Pusat Kemasan UKM masih tetap mempunyai konsumen tetap. Seperti yang telah di jelaskan oleh Bapak Budidjaja K (2016 a) adalah sebagai berikut :

“Banyak sekali para pelaku bisnis UKM, , tapi yang tetap itu puluhan, lebih dari 30 pelaku bisnis UKM di Jogja yang menjadi langganan tetap kita.”

#### **4.4.4. Peran Pihak Lain Dalam Membantu Pusat Kemasan UKM**

##### **1) Pemerintah**

Terdapat tiga peraturan yang mewajibkan perusahaan pengelola sumber daya alam untuk menjalankan program tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR. Diantaranya diatur dalam Undang-undang Perseroan terbatas No. 40 tahun 2007. Dalam pasal 74 yang bunyinya adalah :

- a) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
- b) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan

yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.

- c) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, (4) ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah

Dalam hal ini, pemerintah juga turun berperan aktif untuk membantu pelaku UKM yang ada di jogja, khususnya Pusat Kemasan UKM. Bentuk peran yang diberikan oleh pemerintah adalah berupa bantuan yang sifatnya networking. Hal tersebut bagi Pusat Kemasan UKM sudah merasa cukup membantu untuk mengenalkan betapa pentingnya kemasan yang menarik untuk memasarkan produk di pasaran.

## 2) BPD AKU

BPD AKU atau yang biasa di kenal sebagai Asosisasi Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera merupakan suatu elemen yang ada di dalam masyarakat khususnya DIY, yang mempunyai tugas pokok dan fungsi untuk melaksanakan tugas pemerintahan dibidang keluarga berencana dan keluarga sejahtera sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku

perumusan kebijakan teknis pemberdayaan masyarakat dan perempuan dan keluarga berencana.

Dalam hal ini BPD AKU yang di ketuai oleh Gusti Kanjeng Ratu, bekerjasama dengan Pusat Kemasn UKM untuk membuat solusi kepada para pelaku UKM yang ada di jogja, agar produk-produk yang dihasilkan para pelaku UKM mendapatkan nilai lebih dan memiliki daya saing terhadap produk-produk lainnya.

### 3) UKM

Dari informasi yang peneliti dapatkan di profil Pusat Kemasn UKM, adapun beberapa UKM yang pernah bekerjasama dengan Pusat Kemasn UKM adalah sebagai berikut :

- a) Kelompok UPPKS DIY.
- b) Desa Prima (Perempuan Indonesia Mandiri) BPPM DIY.
- c) KWT (Kelompok Wanita Tani) se –DIY.
- d) KUB ( Kelompok Usaha Bersama ) DIY.
- e) UKM binaan Disperindagkop Kab. Purworejo.
- f) UKM binaan Disperindagkop Kab. Probolinggo.
- g) UKM binaan Disperindagkop Kab. Bantul.
- h) UKM binaan Disperindagkop Kab. Sleman.
- i) UKM binaan Disperindagkop Kab. Gunungkidul.
- j) UKM binaan Disperindagkop Kab. Kulonprogo.
- k) UKM binaan Disperindagkop Kota Yogyakarta.

- l) UKM binaan Dinas Kehutanan & Perkebunan Gunungkidul.
- m) UKM binaan Dinas Pertanian & Kehutanan Sleman.
- n) UKM binaan Dinas Pertanian Kulonprogo.
- o) UKM binaan PNPM Mandiri Piyungan.
- p) UKM binaan Pembantu Penyuluh Keluarga Berencana (PPKBD) Sleman.
- q) UKM binaan BKKBN Kota Yogyakarta.
- r) Forum Komunikasi UMKM Yogyakarta.
- s) Alumni Sekolah Lapang Agribisnis Kab. Bantul.
- t) KSU Jatirogo Kab. Kulonprogo.

Dalam hal ini UKM-UKM yang bekerjasama dengan Pusat Kemasan UKM adalah untuk saling membantu dari segi produksi, relasi, pelatihan, penjualan dan lain lain. Sehingga dengan adanya kerjasama ini, akan memberikan kemudahan bagi UKM-UKM yang ada di Jogja ini untuk memberikan solusi kemasan pada produk mereka.

#### **4.4.5. Strategi Pusat Kemasan UKM**

Menurut Glueck & LR (1994), strategi merupakan rencana yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan atau organisasi dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan atau organisasi dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat.



Dalam pengelolaannya Pusat Kemasan UKM tidak lepas membuat strategi-strategi untuk memperkenalkan ke masyarakat luas terutama pelaku UKM mengenai jasa yang bisa mereka tawarkan, seperti yang sudah dijelaskan oleh Bapak Budidjaja K (2016, a) adalah sebagai berikut :

“Kita bekerjasama dengan dinas perindustrian Kabupaten Bantul, dimana mereka punya jadwal rutin atau program untuk kunjungan-kunjungan para pelaku UKM. Begitu salah satu bentuk strategi dan promosi yang kita lakukan di Pusat Kemasan UKM, selain itu kita juga membina kerjasama, atau membina hubungan dengan para pelaku UKM yang sudah pernah kesini.”

Dari pemaparan diatas, Pusat Kemasan UKM melakukan hubungan kerjasama dengan Dinas Perindustrian Bantul untuk membuat acara ataupun jadwal kunjungan, dimana para pelaku UKM bisa mempelajari mengenai kemasan yang baik dan bagus untuk produk yang mereka hasilkan.

Selain menjalin kerjasama dengan berbagai pihak, dalam mempromosikan atau memperkenalkan jasa mereka, Pusat Kemasan selalu meminta bantuan kepada kustomernya untuk mengenalkan jasa mereka ke temannya maupun ke pelaku UKM lainnya, sehingga dengan strategi promosi tersebut, jasa Pusat Kemasan UKM bisa di kenal oleh masyarakat luas khususnya pelaku UKM lainnya.

Dari sisi lain, Pusat Kemasan UKM juga memberikan pelayanan atau jasa desain dan konsultasi secara gratis kepada konsumen, sehingga konsumen akan merasa puas dan tidak khawatir atas biaya-biaya tambahan. Sedangkan dari sisi jumlah order, Pusat Kemasan UKM tidak

pernah membatasi pelaku UKM untuk memesan suatu barang dengan jumlah minimum, artinya baik konsumen hanya order satu barang saja, Pusat Kemasan UKM siap melayani.

Melihat dari rumusan masalah yang kedua ini, yaitu pengelolaan dan implementasi dari Pusat Kemasan UKM. Peneliti menemukan didalam pengelolaannya, Pusat Kemasan UKM hanya memperkerjakan 12 orang, yang mempunyai tanggungjawab masing-masing. Ketika melihat aktivitas dari Pusat Kemasan UKM, banyak peminat dari pelaku UKM dalam hal pengemasan ini. Sehingga dengan banyaknya peminat atau yang membutuhkan jasa pengemasan tersebut, Pusat Kemasan UKM seharusnya juga mengimbangi dengan penambahan jumlah pekerja. Bertambahnya SDM, akan memberikan dampak positif pada pelayanan jasa yang diberikan.

Dalam pelaporan aktivitasnya, Bapak Budidjaja K selaku Plant Manager di Pusat Kemasan UKM diwajibkan memberikan laporan aktivitasnya terhadap Direksi dan VPBD. Peneliti menemukan didalam pelaporan tersebut, Bapak Budidjaja K hanya memberikan laporan yang berupa aktivitas kegiatan Pusat Kemasan UKM.

#### **4.5. Perbaikan yang Dapat Dilakukan Dimasa yang Akan Datang Untuk Mengatasi Kendala dan Meningkatkan Kinerja dari Program CSR PT. Emax Fortune International**

##### **4.5.1. Kendala Dalam Pengelolaan Program CSR**

Setiap menjalankan suatu program, selalu ada kendala yang dihadapi oleh perusahaan. Kendala yang dihadapi oleh Pusat Kemasan UKM sendiri sebenarnya tidak terlalu signifikan. hal tersebut juga didukung oleh para pelaku UKM yang sudah mulai kreatif untuk mencari kemasan produk mereka. Kemasan memang sangat penting untuk menambahkan nilai jual pada produk. Kendala yang biasanya terjadi, biasanya para pelaku UKM bingung untuk mencari kemasan dengan keterbatasan alat dan bahan baku. Selain itu bagi Pusat Kemasan UKM, SDM merupakan faktor penting untuk menciptakan ide-ide kreatif pada kemasan.

Proses pada suatu produksi memang faktor penting dalam perusahaan, adapun didalam proses suatu produksi memerlukan beberapa tahapan agar hasil produksi dapat memberikan hasil yang terbaik. Berikut penjelasan dari Bapak Budidjaja K (2016, a) selaku *plant manager* adalah sebagai berikut :

“Kalau kita melihat kendala yang ada, itu ada beberapa proses yang kita lakukan masih bekerjasama dengan pihak ke tiga, sehingga cost produksinya itu menjadi lebih tinggi kalau dibandingkan dengan kita mengerjakan didalam Pusat Kemasan UKM sendiri.”

Dari penjelesan diatas, dalam pengelolaannya, Pusat Kemasan UKM juga tidak bisa seutuhnya dalam proses memproduksi kemasan. Hal tersebut diakarenakan karena kurangnya sumber daya yang ada di dalam Pusat Kemasan UKM tersebut. Oleh karena itu, Pusat Kemasan UKM dalam memproduksi suatu kemasan, mereka melakukan kerjasama dengan pihak ke tiga untuk membantuk dalam memproduksi suatu kemasan.

#### **4.5.2. Perbaikan Dalam Pengelolaan Program CSR**

Berdasarkan analisa pembahasan diatas, terdapat beberapa perbaikan yang dilakukan oleh Pusat Kemasan UKM, untuk mengatasi kekurangan atau kendala yang ada. Adapun perbaikan yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- 1) Dari segi bahan baku, Pusat Kemasan UKM berusaha mencari harga bahan baku yang cukup kompetitif, sehingga biaya dalam produksi bisa lebih di tekan.
- 2) Dari segi peralatan, dalam waktu dekat ini, Pusat Kemasan UKM akan mengoperasikan kembali mesin yang ada, sehingga untuk urusan sama pihak ketiga bisa diminimalisasi dan biaya produksi bisa lebih ditekan lagi.
- 3) Dari segi promosi dan pemasaran, Pusat Kemasan UKM dibantu satu media yang membantu dalam proses promosinya, yaitu dari anak perusahaan PT. Emax Fortune International sendiri. Selain itu Pusat Kemasan UKM juga memiliki web, E-commerce yang namanya Ikomodo.

#### **4.5.3. Usulan atau Saran Peneliti terhadap Kendala yang Ada dalam Pengelolaan Program CSR PT. Emax Fortune International**

Berdasarkan analisa kekurangan atau kendala-kendala dalam pengelolaan program CSR, peneliti ingin memberikan usulan atau saran terhadap kendala-kendala yang ada pada program CSR PT. Emax Fortune International, adapun usulan dan saran yang diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

- 1) Melihat tugas dan tanggung jawab dari pegawai yang ada di Pusat Kemasan UKM tersebut, peneliti ingin mengusulkan untuk membuat suatu divisi khusus yang bertugas untuk membuat laporan keuangan secara spesifik dan detail, sehingga hasil dari laporan keuangan tersebut bisa dijadikan bahan untuk menilai kesuksesan dari program CSR tersebut.
- 2) Dari segi promosi dan penjualan, peneliti mengusulkan untuk tidak mengandalkan web dan pihak ketiga dalam membantu hal tersebut. Alangkah baiknya, Pusat Kemasan UKM juga melakukan promosi dan penjualan lewat media sosial seperti (instagram, BBM, dan lain-lain).
- 3) Dari segi target penjualan, peneliti mengusulkan agar Pusat Kemasan UKM membuat data grafik pengunjung dan hasil penjualan selama satu periode. Hal ini bertujuan agar mengetahui minat dan kebutuhan masyarakat, mengenai pentingnya kemasan yang unik untuk, menambah nilai jual produk yang mereka beri

kemasan. Selain itu, dari data grafik tersebut Pusat Kemasan UKM bisa menyusun strategi kedepannya dan membuat informasi tersebut bisa dijadikan bahan untuk menentukan kebijakan.

Dari rumusan masalah yang ke tiga ini, Pusat Kemasan UKM sudah cukup bagus dalam melakukan perbaikan untuk mengatasi kendala-kendala yang ada. Tapi dalam implementasinya, web yang digunakan Pusat Kemasan UKM mengalami permasalahan. Hal tersebut dapat menghambat kegiatan promosi dari Pusat Kemasan UKM. Selain itu peneliti menemukan dalam promosinya, Pusat Kemasan UKM tidak menggunakan media sosial untuk melakukan promosi jasa mereka.

#### **4.6. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh, peneliti menyimpulkan didalam pengelolaan, dan implementasi dari program CSR PT. Emax Fortune International sudah cukup bagus, walaupun ada beberapa kelemahan yang ada pada pengelolaan dan implementasinya. Dengan ditemukannya kelemahan yang terdapat pada pengelolaan dan implementasi program CSR, bagian VPBD yang di tempati oleh Bapak M. Rizky Francisco Arbali dan Bagian Plant Manager yang ditempati oleh Bapak Budidjaja K berusaha mencari solusi untuk mengatasi kelemahan dan kendala-kendala yang ada. Selain itu, banyak aspek-aspek yang dilakukan oleh Pusat Kemasan UKM untuk membantu masyarakat terutama

pelaku UKM, dimana dari aspek tersebut Pusat Kemasan UKM memberikan pelayanan jasa konsultasi, pelatihan untuk masyarakat pada umumnya.

