

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Transkrip Wawancara

Nama Narasumber : Budidjaja K
Jabatan Narasumber : Plant Manager
Hari/Tanggal : Rabu, 21 September 2016
Waktu : 13.30 – 13.45 WIB
Tempat : Pusat Kemasan UKM, jalan Ringroad barat, Tundan,
Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta.
Keterangan : *P = Peneliti N = Narasumber*

P : Baik Pak Budi, Yusuf mau nanya, jadi kalau untuk Pusat Kemasan UKM ini sendiri itu memperkerjakan berapa orang karyawan ya pak ?

N : Jadi totalnya Pusat Kemasan UKM ini 12 orang, saya sendiri sebagai Plant Manager, lalu supervisor...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. Jadi total semua ada 12 termasuk saya.

P : Itu untuk semua karyawan itu, apakah tiap hari itu ada kerjaan atau ada di hari-hari tertentu mereka libur?

N : Setiap hari kita ada...ada produksi, jadi karna setiap hari kita ada customer kita yang datang, yang membuat suatu desain, lalu jasa kemasan, jadi produksi ada setiap hari, tapi kita buatnya berdasarkan yang buat.

P : Terus pak, untuk strategi dari Pusat Kemasan UKM ini sendiri, itu dalam menawarkan produk-produknya ke pelaku UKM maupun ke pelaku usaha lainnya seperti apa ya pak strateginya?

N : Itu sebenarnya kita itu bukan membuat suatu produk, tapi kita merupakan jasa, jasa itu bisa konsultasi, bisa design, bisa edukasi, jadi saat ini 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. Untuk promosi itu bukan hanya melalui satu cara aja, tapi ada beberapa cara yang kita lakukan, misalkan dari, pada satu customer lalu kita minta bantuannya mengenalkan temannya dan segala macam, itu salah satu bentuk promosi dan strategi yang kita lakukan selama ini.

P : Kalau untuk media yang dipakai pak, untuk mempromosikan ?

N : Sebenarnya dulu ada satu sosial media, sosial media tapi, sosial media tidak berjalan dengan rutin, kadang-kadang di update kadang kadang nggak. Sekarang kita lagi mengembangkan sosial media yang ditangani oleh salah satu rekan bisnis kita. Dan saat ini jujur kita tidak menggunakan sosial media apapun, jadi kita mengandalkan hubungan, hubungan kerja antara pelaku bisnis UKM, Disprin dan Kab. Bantul sama pusat kemasan UKM.

P : Mungkin yang akan datangnya, ada pak rencana mau pakai media sosial buat alat bantu untuk mempromosikan ?

N : Iyak, jadi ini memang sudah ada satu media yang kita tawarin, jadi kita menggunakan anak perusahaan kita sendiri, dan itu memang sudah ada dan sudah ready siap. Juga kita punya 1 web, apa ya? E-commerce, E-commerce namanya Ikomodo, itu juga apa..menarik, menarik untuk para pelaku bisnis UKM bekerjasama dengan webnya kita, yang kita punya ini.

P : Oke, selanjutnya pak, ada gak pak dari pihak pemerintah itu membantu pelaku UKM bapak sendiri? Kalau ada itu dalam bentuk hal apa?

N : Kalau membantu dalam hal finansial tidak ada, karena memang kita tidak menerima apa ya, jasa yang tidak menerima pembayaran. Jadi kita membantu, itu memberikan satu edukasi kepada para pelaku bisnis UKM, akan tetapi kalau membantu secara promosi mungkin bisa dikatakan iya, karena mereka sering membawa pelaku bisnis UKM dari masing-masing kabupaten, itu mengadakan kunjungan ke tempat kita, dimana para pelaku bisnis UKM itu kita berikan sedikit paparan tentang Pusat Kemasan UKM, kegiatannya apa, apa yang dikerjakan, dan jasa-jasa apa yang ada di pusat kemasan. Itu salah satu bentuk bantuan yang selama ini kita peroleh dari pemerintahan.

P : Kalau menurut bapak, bantuan dari pemerintah itu udah..udah cukup atau mungkin ada harapan bapak dari pemerintah sendiri bantuannya ke pelaku UKM ?

N : Sebenarnya, sebenarnya sederhana sekali, kitakan pelaku bisnis Pusat Kemasan UKM itu merupakan suatu bisnis, meskipun itu adalah perusahaan kecil, otomatis salah satunya adalah yang kita akan nilai adalah profit, jadi dan revenue. Jadi harapannya kalau pemerintah itu, dinas-dinas yang terkait

membawa satu grup pelaku bisnis, itu ada tindak lanjutnya, jadi bukan hanya sekedar mengadakan kunjungan, tapi untuk tindak lanjut teman bisnis itu ada, tidak berhenti sampai situ, sehingga ada hubungan kerjasama antara pelaku bisnis yang dibawa oleh dinas di pemerintahan dengan Pusat Kemasan UKM ini.

P : Ada gak pak, apa kendala dalam mengelola Pusat Kemasan UKM ini ?

N : Sebenarnya kendalanya, boleh dibilang ada dan boleh dibilang tidak ada. Dikatakan tidak ada karena ini sekarang ini, ternyata banyak pelaku bisnis UKM yang datang ke tempat kita, yak.. jadi yang banyak menggunakan jasa kita, yang banyak menggunakan kemasan kita, itu dari sisi positifnya. Tapi kalau kita melihat kendala yang ada, itu ada, karna beberapa proses yang kita lakukan itu masih bekerjasama dengan pihak ke tiga, sehingga cost produksinya itu menjadi lebih tinggi kalau dibandingkan dengan kita mengerjakan in house didalam, didalam apa, didalam pusat kemasan UKM sendiri. Itu aja semestinya kendalanya kita.

P : Kalau boleh tau pak, dalam bentuk kerjasama ke pihak ke tiga itu, dalam bentuk apa ya pak ?

N : Proses, jadi misalkan buat satu jasa..buat satu kemasan, itu ada 4 (empat) langkah proses, mungkin proses ke 2 (dua) kita nggak bisa buat disini, karna mungkin kita peralatannya tidak memadai, sumber dayanya juga tidak memadai, jadi itulah kita kerjakan di luar bersama pihak ke 3 (tiga), jadi seperti itu polanya. Otomatiskan dari sisi cost juga menjadi lebih tinggi.

P : Untuk perbaikannya pak kalau untuk mengatasi kendala itu, dari UKM sendiri apa ya pak ?

N : Ya kita berusaha, yang pertama kita mencari harga bahan baku yang cukup kompetitif, yang dua kita satu, punya satu mesin yang dalam waktu dekat ini kita akan operasikan kembali, sehingga nanti, urusan dengan pihak ke 3 itu bisa diminimalisasi, sehingga ongkos..ongkos produksinya itu bisa kita tekan, itu kendala sebagai, solusi awal yang kita kerjakan di Pusat Kemasan UKM ini.

P : Trus pak, kalau dari Pusat Kemasan UKM ini sendiri, itu bagaimana ya pak ya bersaing dengan pelaku UKM lainnya maupun pelaku usaha lainnya ?

N : Memang banyak jasa-jasa kemasan itu di Jogja maupun di luar jogja, tetapi umumnya yang mereka lakukan adalah mereka dibatasi dengan jumlah order minimum yang harus dipesan, sedangkan di tempat kita, kita tidak pernah membatasi pelaku UKM untuk memesan suatu barang dengan jumlah minimum, eceranpun kita layani, itu yang pertama. Yang ke dua dari sisi jasa desain kita juga berikan secara gratis. Jadi, dan kita kedua..kedua apa, kedua langkah itu merupakan satu apa ya, langkah untuk memberi..memberikan nilai lebih, memberikan nilai lebih kepada pelaku UKM sehingga para pelaku UKM itu merasa puas dengan apa yang kita kerjakan, jadi kalo, seperti kita ketahui banyak pelaku UKM itu terbentur kepada modal. Lak kalau mereka modal dengan jumlah pembeliannya kecil dan mereka harus membeli dalam jumlah besar, otomatis mereka tidak akan mampu. Jadi itulah strategi yang kita terapkan untuk bersaing dengan pelaku jasa apa, kemasan yang sama,

sehingga mereka beli satupun kita layani, beli duapun kita layani, itu salah satu keunggulan dari Pusat Kemasan UKM.

P : Untuk sampai saat ini pak, apakah ada pelaku UKM maupun pelaku usaha lainnya yang menjadi konsumen tetap di Pusat Kemasan UKM ini sendiri ?

N : Banyak, banyak sekali para pelaku bisnis UKM tapi saya tepatnya berapa, hampir ada 100 pelaku bisnis UKM, tapi yang tetap itu puluhan ada, lebih dari 30 pelaku bisnis UKM di Jogja yang menjadi langganan tetap kita.

P : Untuk inovasi, untuk inovasi sendiri pak, inovasi apa yang akan dilakukan pada Pusat Kemasan UKM ini sendiri pada masa yang akan datang ?

N : Jadi, kalau kita berbicara tentang kemasan itu dari berjalannya waktu itu banyak sekali perubahan-perubahan, dan saat ini kita lagi menjajaki kerjasama dengan pabrik-pabrik kemasan, ya pabrik kemasan, untuk kita jadikan partner kerja. Karna dari sisi inovasi mereka akan lebih cepat bergerak dari pada kita, sehingga setiap kali mereka punya produksi yang baru, kemasan yang baru, yang lebih inovatif, kita dapatkan informasinya lebih deluan. Dan itu yang kita akan kerjakan di Pusat Kemasan UKM ini. Itu dari sisi kemasannya. Kalau dari sisi prosesnya sendiri itu kita dapat membatasi, membatasi pekerjaan kita dalam posisi desain. Jadi inovasinya itu, coba kita, kalau ada seorang pelanggan datang, coba kita siasati jangan sampai pelanggan itu membuat desain itu berkali-kali kembali, berkali-kali mengadakan revisi, itu satu inovasi yang mungkin akan kita terapkan juga disini. Sehingga begitu mereka datang pelanggannya datang, konsultasi tentang desain kita bisa langsung kerjakan, bisa lihat langsung desainnya, bisa

langsung dikerjakan. Jadi memperpendek waktu untuk proses konsultasi desain.

P : Kalau dari sisi, dari sisi bahan bakunya pak, ada gak inovasi yang akan datang, jadinya bahan bakunya ramah lingkungan mungkin ?

N : Itu yang kita lagi jajakin untuk kerjasama dengan pabrik-pabrik tadi kemasan, salah satunya pabrik botol. Jadi pabrik botol biasanya menggunakan bahan-bahan yang ramah lingkungan, dan kita semuanya adalah *food gride*, *packiging* kita, karna kebanyakan kita untuk makanan.

P : Pak, apakah ada rencana untuk membuka cabang di daerah lain untuk membantu pelaku UKM dan pelaku usaha lainnya ?

N : Sampai saat ini belum ada, belum ada, jadi di Jogja untuk Pusat Kemasan UKM itu ada disini, dan memang kita konsentrasinya adalah pelaku bisnis UKM, kita tidak merambah kepada perhotelan, café, resto dan segala macam. Sehingga konsentrasi kita tetap untuk pelaku bisnis UKM. Maka dari itu saat ini kita belum..belum berfikir ke sampai sejauh itu untuk membuka cabang lain.

P : Yaudah pak, mungkin itu dulu ntar kalau misalkan ada yang kurang, ntar bakal Yusuf tanyakan lagi.

N : Iyaa..

P : Sebelumnya terimakasih ya pak, mohon..mohon maaf kalau ada salah kata.

N : Iya, makasih mas.

LAMPIRAN 2

Transkrip wawancara

Nama Narasumber : M. Rizky Francisco Arbali
Jabatan Narasumber : VP Business Development
Hari/Tanggal : Selasa, 27 September 2016
Waktu : 15.33 – 16.00 WIB
Tempat : The Coffee Bean & Tea Leaf, Lippo Plaza Yogyakarta
Keterangan : *P = Peneliti N = Narasumber*

P : Pak Rizky, yang melatar belakangi PT Emax membentuk Pusat Kemasan UKM sebagai program CSR itu apa ya pak ?

N : Iya, latar belakang daripada seluruh grup termasuk Emax itu ada di kemasan, kita memang sudah ada 30 tahun pengalaman mengemas berbagai macam kemasan seperti kertas kado, kertas tissue untuk kado, dan juga kemasan kemasan mainan kayak mainan Barbie, mainan produk Mattel lainnya, dari perusahaan Mattel, sehingga waktu kami..apa membuka cabang Emax di Jogja sempat ada..apa, tawaran atau problema yang timbul di Jogja mengenai nasib UKM yang ada di Jogja saat itu. Kebetulan kita di apa, di datangi oleh Gusti Kanjeng Ratu Mangkubumi saat..apa, Gusti Kanjeng Ratu Pembayun waktu itu, sekarang Gusti Kanjeng Ratu Mangkubumi. Dia selaku beberapa kepala yayasan UKM dan apa, pengembangan..apa..apa, wanita dijogja khususnya, dia waktu itu di di BPPT AKU, diakan selaku ketua, dia

mengatakan di Jogja ada masalah di kemasan produk-produk hasil..hasil kerjaan ibu-ibu rumah tangga, BPPT AKU itu yang KB, ya..nanti kamu bisa di cek lagi itu yang Keluarga Berencana, dan ya seperti yang diketahui Keluarga Berencana bukan hanya untuk, bukan hanya untuk apa..untuk..untuk kontrasepsi, tapi juga untuk membagi *power* atau *in powering* keluarga-keluarga kecil itu supaya mereka secara ekonomi bisa *empowering* dan juga bisa berkarya. Salah satu masalah yang diketahui oleh ibu ketua waktu itu adalah kemasan, dan kami waktu itu pas diskusi mengenai masalah ini langsung keinginan 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, karena waktu itu juga beliau mengadakan kunjungan kerja ke pabrik kami di Cikarang, dan melihat bagaimana kemasan kita disana dan beliau minta bisa gak menciptakan satu unit yang simple, yang di lokasi yang cukup strategis, lokasi juga gak harus terlalu besar, tapi bisa untuk para..para pekerja UKM datang untuk..untuk membawa barang tapi keluar membawa produk yang sudah dikemas. Kurang lebih kayak gitulah.

P : Lalu pak, dari bagian struktur organisasi PT Emax itu sendiri, bagian mana yang bertanggung jawab atas..atas berjalannya apa program CSR tersebut ?

N : Oke, awalnya memang kita memiliki satu divisi yang disebutkan *Bisnis Development*, yang dimana itu saya yang tanggungjawab, tapi lama-kelamaan karna aktifitasnya jadi semakin banyak dan padat, kami terpaksa

membuat satu divisi khusus yang langsung menangani UKM center itu dia, ada kepala, ada pak Budi selaku manager disana dengan timnya ada Dita dan Lingga, jadi memang mereka bertanggungjawab full, jadi bukan apa, kalau dari *business development* sekedar untuk membuka, dan menciptakan satu bisnis unit baru tapi setelah itu langsung di ada..ada..ada unit usaha tersendiri yang mengelolanya.

P : Trus pak, bagaimana sistem pendanaan dari untuk program CSR ini sendiri ?

N : Oke itu menarik, karna dari Gusti Mangku saat itu, setelah kita setup beliau dapat CSR dari tempat lain, untuk mengatakan ni..apa, karna terimakasih kalian udah *setup* ini tapi saya juga dapat pendanaan dari tempat lain, dari perusahaan X, cuman kami merasa pula apa..kita gak cukup untuk mendanai semua itu, karna kita juga lihat satu, gak terlalu mahal dari segi cost karna memang kita juga mengetahui bagaimana sumber, kayak apa.. tempat plastik, tempat kemasan-kemasan, dan mesin-mesinnya juga kebetulan yang kami pilih bukan yang terlalu apa, besar biayanya sehingga kami sendiri yang dari PT sendiri yang..yang apa, mendanainya, dan itu sekarang kembali ke tim di UKM Center untuk bisa diluar kegiatan UKM juga bisa menjual jasa dan produk-produk mereka. Karna selain dari..dari UKM ini bukan apa.. selain dari UKM kami juga mengejar para pebisnis non UKM lainnya yang di Jogja yang sudah berdiri, dan sudah punya budget untuk kemasan yang bagus. Nah sehingga itu juga membantu untuk mendanai operasional yang ada di UKM. Karna mau yayasan mau CSR mau apapun tetap harus diperlakukan seperti bisnis, ada pemasukan dan pengeluaran. Dan memang layaknya seperti

unit..unit usaha lainnya, mereka harus coba bikin sendiri walaupun terkadang suka kurang atau lebih, tapi memang saat inipun mereka tetap berjualan.

P : Baik pak, lalu dari PT Emax itu sendiri apakah ada menjalin hubungan kerjasama, sama pihak lain ?

N : Kami kerjasama dengan berbagai pihak elemen-elemen di masyarakat misalkan BPPT AKU yang menangani keluarga berencana dan..dan apa banyak sekali paguyu..paguyuban paguyuban UKM di empat kabupaten satu kota di Jogja ini, dan kami juga karna BPPT AKU juga itu yang nasional juga kita juga kerjasama, sehingga sering kami ada tour terakhir kita ke Kupang, tapi sebelumnya kita pernah ke apa ke kota-kota besar di Jawa juga. Jadi pihak-pihak itu yang sebanyak kita ajak kerjasama. Kalau misalnya dengan perusahaan lain tidak, lebih banyak ke..ke paguyu..paguyuban dan juga organisasi, UKM dan kemasyarakatan.

P : Oke pak, BPPT AKU tadi apa pak ?

N : Nanti coba di cek BPPT AKU itu adalah unit usaha kecil menengahnya keluarga berencana. Tapi ntar kamu cek lagi ya

P : Iya pak.

N : Penulisannya aku BPPTnya PPnya menurut aku gak tau berapa.

P : Lalu pak, apakah ada dari pihak pemerintah membantu dalam pengelolaan CSR PT Emax ini sendiri ?

N : Kami kerjasama dengan pemerintahannya, mereka banyak sekali mengatur ada kunjungan, ada apa..ada mungkin melinkkan kita ke..ke apa yang membutuhkan servis produk kami yaitu yang tadi yang organisasi dan

sebagainya. Terakhir dari pemerintah pusat ada ibu menteri sosial, yah ibu Khofifah ya ? Ibu Khofifah kemaren datang dan memang beliau meninjau, dan mereka justru memberi kita semangat untuk kalau bisa kita kembangkan di kota-kota lain. Sehingga kalau dari segi itu ya kita sangat apa..apa suka sekali dukungan dari pemerintah seperti itu, jadi memang banyak sekali dukungan dari pemerintah yang sifatnya *networking* dan apa, melinkkan kita. Dan waktu itu memang sangat, kami berasa sangat terhormat pada saat ibu menteri datang dengan rombongan dan beliau juga membawa beberapa tamu apa, tamu penting lainnya untuk melihat kemajuan kemas, karena memang kemas itu kita lihat apa, kuntungannya dari ya..apa, banyak sekali keuntungan yang diraih dari ibu-ibu dan bapak-bapak yang melakukan kemas, setelah mereka melakukan kemas di tempat kami.

P : Ada gak pak harapan dari PT Emax sendiri bantuan dari pemerintah itu dalam bentuk apa ?

N : Adakah harapan apa? Gimana?

P : Ada gak dari PT Emax itu sendiri, misalnya harapan bantuan dari pemerintah..pemerintah itu seperti apa ?

N : Oooya, kami..apa, berharap pemerintah bisa dukung kami, mungkin ya dari selama ini, ya itu apa.membantu..apa melinkkan kita dengan..dengan yang membutuhkan, itu yang itu yang saya rasa yang paling penting ya. Karna ya itu tempat, tanpa itu kita juga gak bisa bergerak.

P : Berarti udah..udah cukup pak, bantuan dari pihak pemerintah dalam hal ini ?

N : Iyaa.. lumayan dan memang kedepannya kita juga, kita melihat juga dari..dari awal kita terbentuk sampai sekarang banyak sekali kita menjadi tamu, menjadi pembicara, menjadi bahkan tuan rumah kalo misalnya ada..ada kunjungan dari..dari berbagai elemen masyarakat, dari tingkat pusat maupun desa, dan kami rasa itu sangat.sangat..ya sangat bagus, karna berarti kita selalu kita lebih menghargai produk-produk ita dan kita mengetahui dengan..dengan..dengan kegiatan simple merubah *packaging* aja, mereka tu pendapatannya bisa berlipat.

P : Lalu pak selama ini, dari PT Emax sendiri apakah ada kendala yang dihadapi dalam pengelolaan program CSRnya ?

N : Ya mungkin apaya, saya pribadi sih gak..gak melihat ada kendala yang cukup signifikan, cuman gak mungkin suatu usaha gak ada kendala ya, jadi mungkin yang saya pernah, yang saya pernah liat coba ya..coba biar saya fare juga, ya mungkin semuanya lancar. Terkadang tu dulu saya pernah ke salah satu secara gak sengaja lagi ada..ada diajak sama pemerintah Kulonprogo untuk ke desa sangat jauh di Kalibawang jauh sekali, itu kemudian mau apa, mengenalkan kami kepada produsen coklat, nah itu, selama itu kita gak ada niatan apa-apa hanya murni pengen melihat ada satu ada satu pengusaha rumah tangga, *home industry* yang membuat pegagan, pegagang itu adalah daun pegagang, daun semacam herbal gitu, sama dia di..di lapisi coklat, dan itu menjadi salah satu kebanggaan dari Kulonprogo. Nah singkat cerita pada waktu kita kesana, sempat ditawarkan apa, saya kita sempat ini juga kaget..bahwa sejauh itu yang mengemas coklatnya kita dari tim kita. Nah,

beliau si sempat bilang dulu aku pesan ini itu gak ada, ini ya biasala keluhan-keluhan konsumen. Jadi mungkin dia menginginkan ini ini, nah kami menstabilkan kebetulan memang ini orang sangat-sangat, sangat kreatif, sehingga mungkin pas saat itu yang dibutuhkannya udah terjual atau belum ada. Sehingga mungkin sulit sekali kita untuk memprediksi berapa produk yang harus standby, karna.karna kita melihat, kita gak bisa memuaskan semua orangla sebenarnya itu. Tapi saya lihat si semangatnya ada, dan mereka justru dari..dari kekurangannya itu jadi lebih kreatif. Jadi kalo misalnya dia nyari satu plastik, solusi tabung.. tabung plastik, dan kebetulan ukurannya yang gak ada habis atau baru bisa kita pesan lagi di kemudian hari, nah berarti dia bisa merubah tabung plastik ke tabung yang lain atau plastic yang lebih murah atau yang lebih mahal, jadi sebenarnya itu satu kesempatan..kesempatan kembali lagi untuk bisa sekreatif mungkin dalam memberi solusi packaging. Jadi gak harus seperti yang dia buat, dari situ timbul solusi baru, jadi memang kendala-kendala yang dialami kustomer tadi itu kita bisa selesaikan secara kreatif, karna memang solusinya banyak, jadi tidak hanya satu tipe packaging aja. Jadi kalo ditanya kendala, karna memang terus terang skema dan system kami itu sangat sederhana cuman bermodalkan batas daripada ke.. apa, kreatifitasi pelaku UKM maupun dari tim design kami, kendalanya sih gak ada yang..yang sampai apa, yang terlalu mengguncanglah. Paling keluhan-keluhan yang..yang wajar diantara ya kita anggap para UKM itu juga para kustomer kita juga, paling itu aja. Tapi semua bisa teratasi karna kedua belah

pihak sangat kreatif orang UKMnya kreatif kita juga kreatif dan yang penting kita tu kasih solusi yang..yang murah gitu.

P : Yang lebih menonjol pak, dari kendala itu lebih ke sdm yang kurang dalam mengelola CSR itu atau..atau dari konsumennya yang agak sulit memiliki ide-ide untuk apa, untul..untuk usaha bikin dia sendiri tu lebih maju lagi ?

N : Oke, ini..ini satu waktu kita mengawali kegiatan ini dari awal pertama ini sangat apa, ini mungkin apa, problem keseluruhan yang ada secara industry ya, jadi para ibu-ibu itu misalkan jagung crispy, crispy itu ya apa. kripik-kripik dari jagung itu. Nah mereka itu udah buat, udah di packages, udah laku cuman gak bisa sampai toko atau retail kenapa ? karena mereka gak sanggup memproduksi lebih. Jadi memang kita sudah di warning sebelumnya waktu, kalian bisa bikin kemasan, bisa bantu apa, design dan lain sebagainya. Cuman terkadang justru dipihak kita sendiri yang tidak bisa mampu membuat produksi yang sama dengan standar dari segi kualitas maupun kuantitas. Itu..itu..itu dari awal pembicaraan itu benar-benar dari awal pembicaraan sebelum kita mulai. Kalau dilihat si dari dari segi entrepreneurship ibu-ibunya yang datang di UKM mereka sangat semangat, mereka melihat benar-benar perbedaan dari design jual yang awalnya jual di warung dia bisa langsung ke toko karna kemasan yang berbeda. Cuman ya kembali lagi mungkin karna ini masih home industry, kualitas produk itu gak bisa gak..gak selalu tetap tepat, saya gak bilang semuanya, ini hanya ada beberapa kendala yang ada di UKM ini justru kenapa mereka gak bisa masuk carrefour ? kenapa dia gak bisa go nasional, jangan gak nasionalah. Dulu kita ada sempat ada pesanan peyek

mini, rempeyek mini masuk ke Singapura, tapi bagian produksinya tidak menyanggupi untuk produksi seperti itu. Itu harus dibayangkan, itu dilakukan dirumah mereka jauh sekali dari kota Jogja. Ya di dapur..di dapur rumah biasa, nah itu terkadang saya tidak bisa menyalahkan mereka gak bisa menyalahkan produk ini, karna selama mungkin dia bisa bikin kripik peyek atau apaya sangat enak, Cuma pas giliran dicoba buyer internasional atau nasional mau mereka tidak bisa sanggupi, karna memang terbatas dari segi produksi. Dan apa, dan mereka yaudah kembali lagi, jadi yaudahla saya ke packaging biasa aja, toh ini juga laku. Jadi ya mungkin itu yang yang pernah saya lihat, tapi kembali lagi mungkin dengan berjalannya waktu semua ini bisa terselesaikan, kami gak bisa bantu didalam produksi, karna kita bukan di..dibagian produksi kita lebih ke kemasan, gitu.

P : Lalu pak,dalam jangka waktu dekat ini, apakah ada perbaikan yang dilakukan PT Emax dalam mengelola program CSR ini ?

N : Tentunya yang kita pernah apa, kita selalu tu setiap kali habis melakukan pengemasan kita selalu ada evaluasi bagaimana kemasan ini bisa lebih bagus, bagaimana kemasan ini bisa lebih kreatif, bisa lebih murah, bisa lebih ini tentunya ini suatu bisnis yang bisa cukup mesin-mesin yang ada yang pernah dilihat. Kita tentunya harus ada mesin baru gak, jadi tiap tahun ada pameran mesin kemasan, pasti kita paling tidak lihat atau gak melihat katalognya dan kita sesuaikan apakah ini cocok untuk keadaan di Jogja maupun di Indonesia. Perbaikan, pengembangan itu harus selalu ada karna itu apa, kemasan itu merupakan macam gaya hidup, lifestyle, dan trend yang selalu berkembang

dan berubah, oleh karena itu kita selalu melihat beda tahun juga beda trend warna, ni lagi trend warna apa, tahun depan warna apa. Jadi memang evolusi dari kemasan itu tidak akan berhenti dan memang itu dinamikanya disana.

P : Trus pak, dampak yang dirasakan dari PT Emax itu sendiri selama menjalankan program CSR ini ?

N : Kalo apa, dari segi financial terus terang apa, saya gak bisa terlalu detail dampak financialnya seperti apa intinya ya mereka harus apa gak bukan ini bukan unit usaha yang yang cash moving atau cash earninglah, dia bukan cash moving, kadang-kadang kita juga tiba-tiba saya tadi ke lokasi ada yang memborong jadi saya tidak bisa membilang cash moving mungkin bukan earning yang yang tinggi sekali untuk perusahaan. Namun dampak yang kita rasakan justru dari segi networking itu sendiri, kita diundang oleh bupati, diundang oleh gubernur, dan ada ibu menteri ke stand kami. Karna memang kita sering kali diundang ke acara-acara di luar kota luar kota Jogja, makanya kemaren kita pergi ke Kupang ada timnya gubernur NTT datang, ada bupatinya, kita sendiri banyak berkenalan banyak networking, dan justru dari teman-teman kami yang ada di NTT maupun di Kupang mereka menanyakan kapan kita bisa buka pusat kemasan di timur Indonesia. Jadi dampaknya tu lebih ke kita melihat segi positifnya dan kalo saya sih lihat semangat entrepreneurshipnya diantara para pelaku UKM membantu mengemas produk-produk kebanggaan mereka. Dan itu itu sih lebih daripada apa ya, lebih kayak feelgood, feelgoodnya ada unsur feelgood ada unsur goodcurrent bisnisnya gimana kita juga gak semata-mata melihat dari segi finansial, tapi

melihat wah kita ternyata berdampak, membuat dampak atau membuat dampak positif ke banyak orang. Belum tentu mereka bukan bukan kita gak lihatnya dampak tu bukan hanya daripada ternyata orang ini berhasil tapi dampaknya kita melihat, wah orang ini jadi udah mulai mikir diluar daripada kebiasaan mereka, orang ini jadi bisa memikir daripada kemasan biasa saya misalkan hanya bisa menjual 1000, tapi dengan kemasan yang unik saya bisa sampai 5000. Nah itukan jadi kita memicu mereka untuk berpikir in entrepreneur. Jadi itu saya rasa dengan networking kita dengan kita langsung ketemu para pelaku UKM kita ikut ke pameran-pameran di nasional, kita ketemu langsung dan itu memang membuat kami semangat untuk selalu mengembangkan kemampuan kami juga.

P : Selanjutnya pak, dari PT Emax sendiri apakah ada rencana untuk mengembangkan program CSR ini ?

N : Ada, ada..ada sekali itu ya ini menyambung pertanyaan tadi, karna memang kita justru ada permintaan dari Gusti Mangku juga, karna melihat banyaknya permintaan, banyaknya masalah, banyaknya kesempatan, Indonesia lagi sedang maju ya walaupun ekonomi dunia dan lainnya seperti apa, bagaimanapun juga kita negara besar yang akan maju, yang juga butuh pengemasan dari segala aspek ya, bukan hanya kripik-kripik kecil atau apa, cuman kita melihatnya mengemas diri juga membuat semacam apa, produk pemasaran yang bagus dan unggul dimata dunia, nah kalo misalnya kita bisa bangga dengan produk-produk kita, dengan memberi lebih, sehingga produk kita dimata dunia juga bisa lebih unggul. Kalo liat kemasan-kemasan snack

Jepang betapa cantiknya, dan di ikuti Korea, Cina juga, nah kalau misalnya kita bisa dan bangga ini lo apa, produk-produk unggulan Indonesia, saya yakin itu apa, luar biasa dampaknya dan memang kita punya mimpi besar supaya kegiatan UKM yang kita mulai di Jogja ini bisa kita lanjutkan ke seluruh Indonesia. Dan memang itu juga tiap-tiap kali kita menjadi pembicara di seminar atau kita mengikuti apa, pameran itu selalu menjadi dorongan dan impian kita bagaimana caranya kita bisa keseluruh Indonesia, bagaimana caranya kita bisa menembus keseluruh lapisan masyarakat, sehingga produk-produk unggulan Indonesia dari seluruh penjuru Indonesia bisa dikemas dan dikenal. Ya buat kita sendiri saling kenal produk orang Indonesia, saling mengenal produk aja udah cukup pasarnya saya rasa bagaimana kalo internasional. Jadi memang gak ada batas untuk produk-produk Indonesia. Ya saya baru tau di Kupang ternyata ada..ada makanan khas se'i, kalau misalkan itu dikemas baikkkan enak sekali, dan snack-snack mereka ternyata luar biasa. Bagaimana cara snack-snack Kupang itu keseluruh Indonesia dulu deh, keseluruh supermarket Indonesia. Itu juga udah udah luaskan, nah kebayang gak kita ada andil daripada kegiatan tersebut, ya kita jadi pemain ini deh, jadi konsultan kecil-kecil untuk si apa si pembuat manisan-manisan gulanya itu, atau kemaren aku liat ada ada kacang, kacang-kacang khas Kupang. Bagaimana kita bisa membantu dari packaging dan siapa tau dari distribusi juga. Jadi bener-bener ini ada potensi luar biasa, kalau gak salah kalau bisa di research nanti potensi snack foods untuk di Indonesia itu luar biasa. Nah kenapa gak dengan UKM, kenapa gak dengan, dikemas dengan baik. Jadi

bukan yang pakai plastic yang keras yang yang bukanya juga pakai gigi dan lain sebagainya. Jadi memang si ada ada mimpi kedepan bagaimana caranya kita bisa, bisa..bisa kerjasama dengan lebih banyak lagi UKM yang ada di Indonesia.

P : Oke pak terimakasih

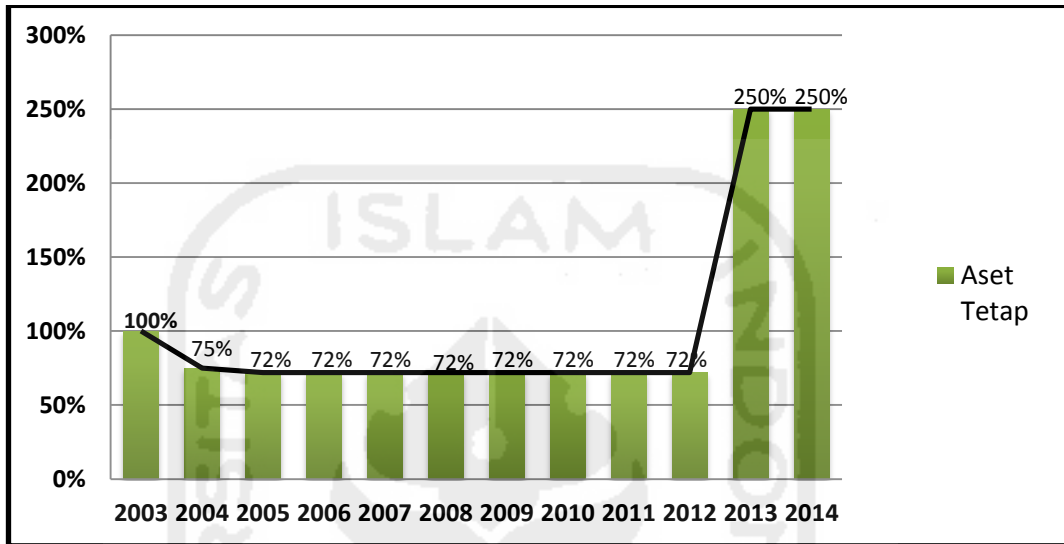
N : Oke hehehe....



LAMPIRAN 3

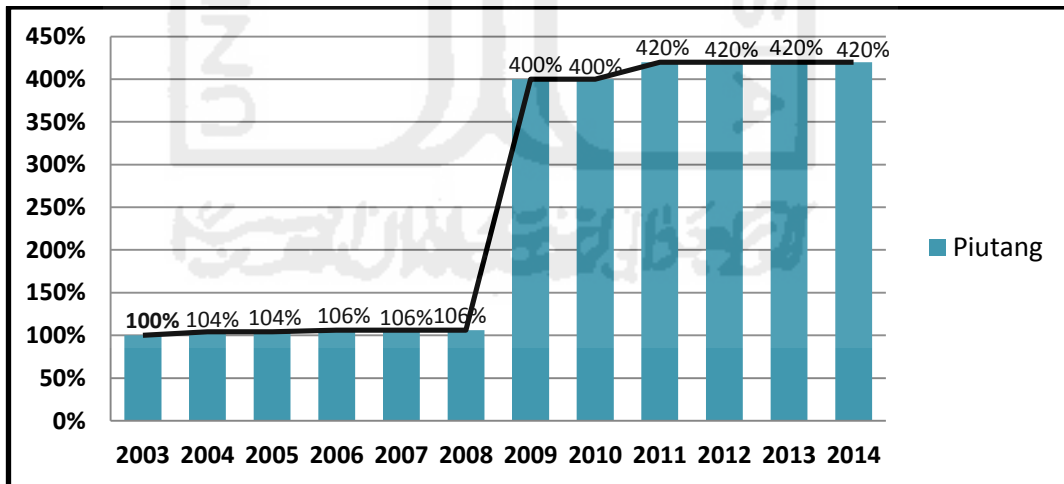
Grafik :

Perkembangan Aset PT. Emax Fortune International



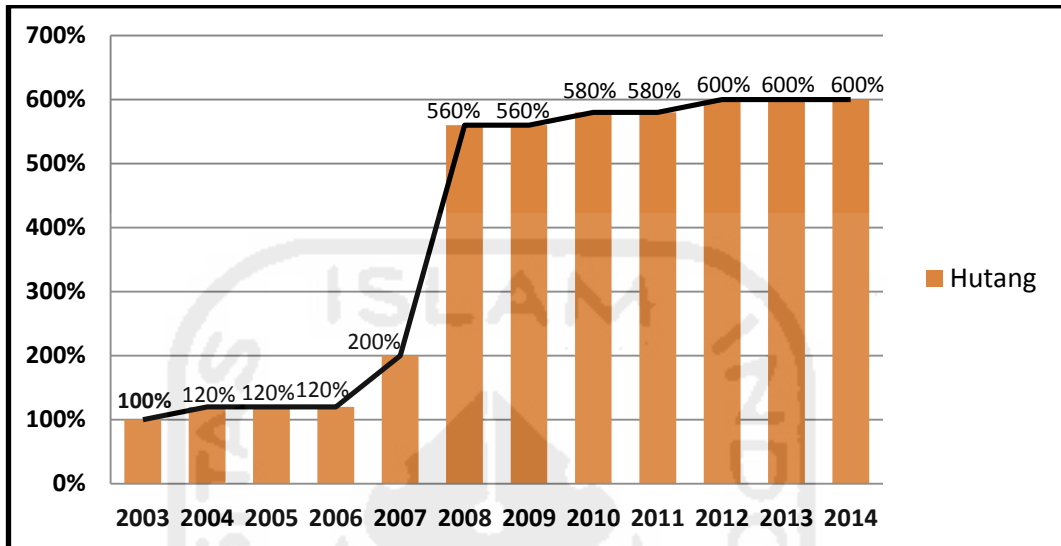
Grafik :

Perkembangan Piutang PT. Emax Fortune International



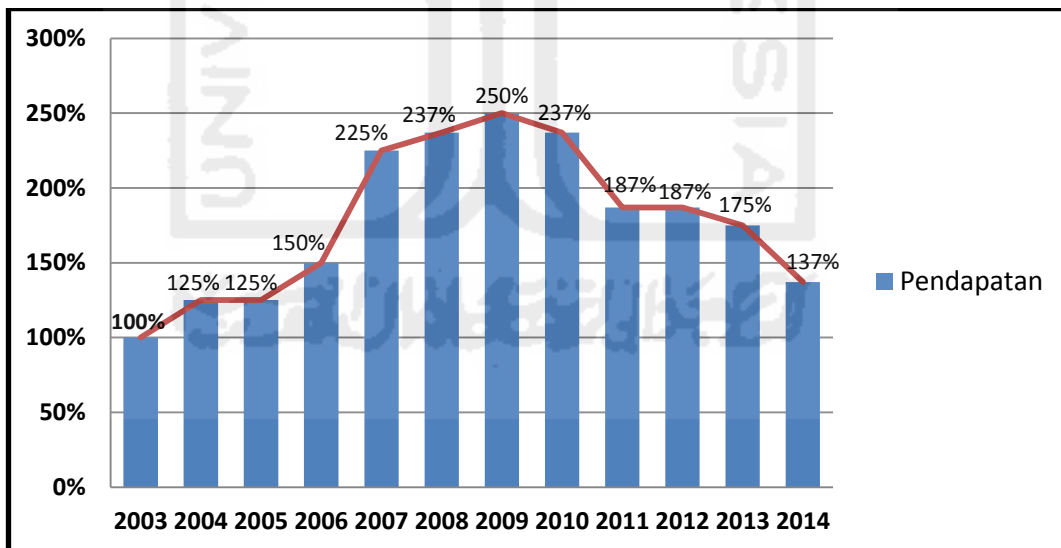
Grafik :

Perkembangan Hutang PT. Emax Fortune International



Grafik :

Perkembangan Pendapatan PT. Emax Fortune International



LAMPIRAN 6

Ruangan Produksi Pusat Kemasan UKM

