

LAPORAN RANCANG BANGUN DAN IMPLEMENTASI BISNIS DI
PT. ALRA MAKMUR CAHAYA SELARAS

NASKAH PUBLIKASI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna
Memperoleh gelar sarjana strata-1 di Jurusan Manajemen, Fakultas
Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



Disusun oleh :

Nama : Aesta Fajar
No Mahasiswa : 11311387
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Sumber Daya Manusia

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
2018

ABSTRAK

STUDI KELAYAKAN PENDIRIAN PT. ALRA MAKMUR CAHAYA SELARAS DI YOGYAKARTA

AESTA FAJAR

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Yogyakarta
Jl. Prawiro Kuat, Condong Catur, Kecamatan Depok, Ngringin, Condongcatur, Sleman,
Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta

Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada sejauh mana perusahaan mampu memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman dari lingkungan eksternal dengan segala potensi dari sumber daya yang dimiliki. Hal ini membuat sumber daya manusia merupakan salah satu kunci penting penentu keberhasilan jangka panjang. Kepiawaian pemimpin didukung karyawan yang tepat dan mampu mengoptimalkan potensi dirinya sesuai dengan bidang keahlian dan divisinya masing-masing dapat mengoptimalkan kinerja perusahaan.

Produk kerajinan kulit merupakan salah satu keunggulan kompetitif daerah Yogyakarta, Pemerintah Daerah Yogyakarta memprioritaskan 4 sektor industri kreatif yang akan menjadi andalan kota ini, yaitu fashion, kerajinan, film animasi video dan seni pertunjukan (Damayantho, 2017). PT. Alra Makmur Cahaya Selaras merupakan salah satu perusahaan yang berorientasi kepada kerajinan kulit khususnya tas kulit dan produk turunannya, dengan merk dagang ALRA perusahaan ini mulai terus mencoba berekspansi dipasar domestik karena melihat bahwa peluang pasar untuk produk ini masih terbuka sangat luas. Dengan keterbatasan modal kerja, produk yang merupakan unggulan daerah akan memudahkan pengusaha dalam mendapatkan akses dan bantuan dari pemerintah dalam bentuk fasilitas, pelatihan dan SDM dapat dilihat dengan adanya Balai Besar Kulit, Plastik dan Karet (BBKKP) dan Akademi Teknologi Kulit di Yogyakarta.

Pada aspek SDM, dalam perjalanan bisnis kami sering kali terjadi berbagai masalah antara lain kesulitan rekrutmen SDM yang sesuai, kinerja yang tidak seimbang antar staff, kesulitan dalam perencanaan kompensasi, gesekan antar rekan kerja, dan ketidakdisiplinan karena budaya. Kami mengupayakan win win solution bagi kedua belah pihak agar tetap mengapresiasi karyawan dan staff sesuai dengan kinerja tanpa membahayakan perusahaan dikemudian hari. Salah satu kunci keberhasilan UMKM adalah membangun rasa solidaritas dan kekeluargaan agar tercipta rasa memiliki dan kekompakan dalam tim. Pemecahan masalah di UMKM harus mempertimbangkan berbagai aspek karena keterbatasan sumber daya. Di tahun 2018 ini kami belajar bahwa manajemen SDM yang baik dapat menjadi keunggulan perusahaan untuk bersaing dengan kompetitor.

Kata Kunci : Alra, Tas Kulit, Sumber Daya Manusia, Manajemen SDM,UMKM
Yogyakarta

ABSTRACT

FEASIBILITY STUDY OF PT. ALRA MAKMUR CAHAYA SELARAS ESTABLISHMENT IN YOGYAKARTA

AESTA FAJAR

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Yogyakarta
Jl. Prawiro Kuat, Condong Catur, Kecamatan Depok, Ngringin, Condongcatur, Sleman,
Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta
aestafajar@gmail.com

Sustainability of a company is depends on how far a company can utilize opportunity and overcome external problems with all the company's potential and resources. Human resources is one of the most important key for a long term company success. Leader's expertise supported with proper employees who can optimize their own potential according to their division will optimize company performance as well.

Leather handicraft is one of Yogyakarta's featured local product. Yogyakarta regional government prioritize four creative industry sector which will be the mainstay of the city local industry including fashion, crafts, animation fim video and performing arts (Damayantho, 2017). PT. Alra Makmur Cahaya Selaras is a leather company specializing in producing handmade leather bags and it's derivative. With the trademark ALRA we keep expanding in the domestic market because the opportunity is still very extensive. With the limitation of our working capital, making a local superior product will ease an entrepreneur in gaining access and support from the regional government in the form of facilities, training, mentoring and human resources. Government support in leather industry can be seen in the presence of Balai Besar Kulit, Karet dan Plastik (BBKKP) Yogyakarta and Akademi Teknologi Kulit (ATK) Yogyakarta.

In years of our journey we found some obstacles in human resources aspect, inter alia difficulties in corresponding employee recruitment, balance among employees work load, difficulties in stating the amount of compensation, tension among co-workers, and indiscipline. We strive win win solutions to overcome our problems to keep maintaining proportional appreciation for our workers without risking company sustainability in the future. One of small and medium enterprises key of success is by building solidarity and sense of family to create sense of belonging and teamwork harmony. In the year of 2018 we learned that good HR management can be a company advantage to compete with competitors.

Keyword : Alra, Leather Bag, Human Resources , HR Management, Small and medium enterprises, Yogyakarta

PENDAHULUAN

Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada sejauh mana perusahaan mampu memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman dari lingkungan eksternal dengan segala potensi dari sumber daya yang dimiliki. Keberhasilan setiap individu mengoptimalkan potensi dalam dirinya sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan sangat mempengaruhi keberhasilan jangka panjang. Sukses sebuah organisasi tidak semata-mata hanya ditunjang oleh kebutuhan investasi dan asset, pengadaan sarana dan prasarana, teknologi, dan ketersediaan bahan baku saja, tetapi yang utama adalah kualitas sumber daya manusia yang menjadi faktor kunci kegiatan operasional bisnis (Sitohang, 2010:57). Bukan hanya pemimpinnya saja yang perlu berproses namun juga setiap anggota tim ikut berproses. Kepiawaian seorang pemimpin dalam mengelola asset khususnya sumber daya manusia (SDM) akan memberikan dampak besar bagi perkembangan bisnisnya dalam jangka panjang sedangkan karyawan yang tepat dan mampu mengoptimalkan potensi dirinya sesuai dengan bidang keahlian dan divisinya masing-masing dapat mengoptimalkan kinerja perusahaan.

Industri Kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Industri ini berfokus pada kreasi dan eksploitasi karya kepemilikan intelektual seperti seni, film, permainan atau desain fashion, dan termasuk layanan kreatif antar perusahaan seperti iklan (Simatupang dkk., 2008:1). Ekonomi Kreatif adalah istilah yang dikenal sebagai konsep pengembangan ekonomi yang mengandalkan daya kreasi untuk menciptakan produk dan menambah nilai/ value dan juga berpotensi besar untuk menjadi salah satu sektor penggerak ekonomi nasional (Pahlevi, 2017:185).

Yogyakarta merupakan salah satu penghasil industri kreatif terbesar di Indonesia, Bahkan pada tahun 2014 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah memfasilitasi 4 kota untuk dapat secara resmi masuk dalam jaringan *creative city network* (CNN) sebagai kota *craft and folk art* (Pangestu, 2014:26). beberapa varian andalan produk ekspor Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) meliputi produk olahan kulit, tekstil dan kayu seperti misalnya desa manding sentra industri kulit, desa kotagede sentra penghasil kerajinan perak, desa karebet penghasil kerajinan kayu, desa kasongan sentra industri keramik dan banyak lagi desa-desa lainnya di Yogyakarta. Pemerintah Daerah Yogyakarta memprioritaskan 4 sektor industri kreatif yang akan mejadi andalan kota ini, yaitu fashion, kerajinan, film animasi video dan seni pertunjukan (Damayantho, 2017).

PT. Alra Makmur Cahaya Selaras merupakan salah satu perusahaan yang berorientasi kepada kerajinan kulit khususnya tas kulit dan produk turunannya. Dengan merk dagang ALRA perusahaan ini mulai terus mencoba berekspansi dipasar domestik karena melihat bahwa peluang masih terbuka lebar. Produk kerajinan kulit merupakan salah satu produk kreatif unggulan kompetitif daerah Yogyakarta. Dengan keterbatasan modal kerja, produk yang merupakan unggulan daerah akan memudahkan pengusaha dalam mendapatkan akses dan bantuan dari pemerintah dalam bentuk fasilitas, pelatihan dan SDM dapat dilihat dengan adanya Balai Besar Kulit, Plastik dan Karet (BBKKP) dan Akademi Teknologi Kulit di Yogyakarta. Potensi bisnis kulit banyak diminati sehingga persaingan menjadi cukup ketat. Hanya yang terus berinovasi secara dinamis dari berbagai aspeklah yang akan mampu bertahan dan berkembang, salah satunya dari segi SDM. Penataan sistem manajemen yang baik yang dinamis dan mampu fleksibel sesuai dengan situasi dan kondisi dapat menjadi keunggulan perusahaan untuk bersaing dengan kompetitor.

PELAKSANAAN KEGIATAN

Potensi pertumbuhan pasar dari bisnis kulit berkembang pesat baik di dalam negeri maupun luar negeri merupakan salah satu dasar terbantuknya perusahaan ini. Produk kulit terbaik, walaupun materialnya berasal dari Indonesia tetapi tidak ada satupun merk asli Indonesia yang mampu bersaing dalam kancah global di industri ini. Hal inilah yang membuat kami memiliki mimpi besar yaitu “Menjadi *brand* lokal yang meng-Indonesia dan men-Dunia dalam persaingan Global” dan misi kami terbagi menjadi 4 yaitu pertama memberikan keuntungan yang maksimal kepada *steakholder*, kedua berorientasi kepada kualitas produk dan layanan pelanggan, ketiga menumbuhkan sumber daya manusia yang memiliki sikap selalu berinovasi, keempat berkomitmen dalam pengembangan masyarakat.

PT. Alra Makmur Cahaya Selaras beralamat di Jl. Monumen TNI AU, Kerobokan, Tamanan, Banguntapan, Bantul, Yogyakarta 55191. ALRA berdiri secara legal hukum pada tanggal 30 September 2016 di Yogyakarta namun memulai perjalannya dari awal 2015. Modal awal pembentukan PT. Alra Makmur Cahaya Selaras adalah Rp. 100.000.000,- (seratus juta rupiah). Penamaan “ALRA” merupakan sebuah singkatan dari Bahasa arab yaitu “Alhamdulillahirobbil ‘alamin” sebagai perwujudan rasa syukur kami semua kepada Tuhan dan pengingat kepada semua yang tergabung dalam keluarga besar ALRA untuk selalu bersyukur dalam kondisi apapun dikemudian hari. Dalam perjalanan \pm 2 tahun ini ada dua prestasi yang berhasil kami raih yaitu menjadi finalis kegiatan bisnis *challenge* tingkat Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu Innovating Jogja 2016 dan juga menjadi juara I tingkat nasional program wirausaha muda mandiri (WMM) 2017. Keikutsertaan dalam berbagai kompetisi bisnis menjadi indikator seberapa kompetibelnya bisnis kami untuk bersaing dipasar dari sudut pandang para praktisi secara objektif. Selain itu, hal ini merupakan fasilitas kami untuk meningkatkan hubungan dengan para pengusaha lain untuk sharing dan saling belajar dari pengalaman dan juga upaya untuk *business matching* untuk kegiatan yang saling menguntungkan, ketiga hal ini memberikan efek domino yang dihasilkan memberikan kontribusi yang cukup besar untuk memperkenalkan brand produk kami ke pasar yang lebih luas dengan citra yang baik melalui media online maupun *offline*.

Stuktur organisasi PT. Alra Makmur Cahaya Selaras terdiri dari komisaris, direktur, wakil direktur, marketing, keuangan dan tax, produksi serta HRD. Bagian marketing dibagi menjadi tiga yaitu exhibition, digital marketing dan *wholesaler*. Sedangkan bagian produksi mencakup dua hal yaitu bagian produksi dan *purchasing*. Kami telah menentukan spesifikasi jabatan (*JobSpec*) untuk setiap jabatan berupa uraian tertulis tentang latar belakang pendidikan, pengalaman, kemampuan dan kompetensi atau hal-hal lain yang berhubungan dengan pekerjaan yang harus dimiliki sebelum mengisi pemegang jabatan/ *job* tertentu dan juga *JobDesc* sehingga dapat berfungsi dengan efektif.

Penggunaan SDM diminimalkan seringkasan mungkin untuk dapat menghemat pengeluaran. Setiap divisi dalam usaha ini akan kami upayakan untuk dapat meningkatkan baik kuantitas atau kualitas SDM nya. Saat ini, divisi paling membutuhkan peningkatan sumber daya manusia adalah divisi marketing online karena kami sedang berupaya memperkuat strategi bisnis kami dari langkah konvensional menjadi langkah digital. Kedua adalah bagian produksi karena kami mencanangkan ditahun ini akan membuka 3 cabang baru yaitu di Jakarta, Pontianak, dan Makassar yang mana jika sesuai

dengan rencana maka akan ada lonjakan permintaan akan barang dalam jumlah cukup drastis.

Proses rekrutmen dalam PT. Alra Makmur Cahaya Selaras dilakukan dengan beberapa tahap dengan cara yang berbeda untuk *direct labor* atau pengrajin dan untuk staff manajemen. Untuk pengrajin penentuan rekrutmen adalah apabila kapasitas terpasang pada saat ini tidak mampu memenuhi kebutuhan produksi. Rekomendasi dari supervisor produksilah yang menjadi acuan dalam penerimaan pekerja untuk posisi ini karena membutuhkan orang yang sudah berpengalaman dalam produksi tas kulit. Selanjutnya untuk rekrutmen staff manajemen diutamakan orang yang mendapat rekomendasi dari staff yang memang sudah bergabung namun kami juga membuka rekrutmen melalui Instagram, koran, maupun beriklan dengan website. Tahapan seleksinya meliputi wawancara untuk menilai motivasi dan *salary* yang diminta kemudian kontrak kerja prohibition selama 3 bulan pertama sebagai masa percobaan dan apabila dirasa cocok dengan kebutuhan perusahaan maka akan ada kontrak baru per 1 tahun kerja.

Produk yang dihasilkan oleh ALRA berupa tas kulit untuk wanita dan pria dengan berbagai model. Ada beberapa jenis kulit yang kami gunakan yaitu *pull up* dan anilin. Kulit kami di proses khusus sehingga tahan gores, jamur, kuat namun tidak berat. Kami mengusung tema *full colour* sebagai bagian dari strategi marketing kami, karena kami memandang bahwa warna merupakan representasi dari karakter setiap individu dan ALRA hadir sebagai solusi untuk memfasilitasi hal tersebut. Saat ini pengrajin yang dimiliki PT. Alra Makmur Cahaya Selaras sejumlah 10 orang, dan mampu menghasilkan 10 pcs/ hari untuk tas kulit atau 300 pcs/ bln. Jika diambil rata-rata harga jual produk tas kulit adalah Rp. 800.000,- (delapan ratus ribu rupiah) dan dengan margin 50% maka rata-rata harga pokok produksi tas (HPP) atau *variable cost* adalah Rp. 400.000,- (empat ratus ribu rupiah)

Diprediksi setiap tahun jumlah kalangan menengah akan bertambah 7 juta orang Indonesia, sementara menurut *Boston Consulting Group* (BCG) pada tahun 2020 akan ada 141 juta populasi kelas menengah di Indonesia (Rusata, 2015:20). melihat hal ini kami yakin bahwa daya beli masyarakat terhadap sebuah produk dengan nilai jual berkisar 500 – 1,5 juta akan semakin tinggi. Kami melakukan langkah *targeting*, *positioning* dan *segmentasi* disertai dengan analisis pasar dan pelanggan untuk menentukan langkah langkah marketing. Pemasaran produk alra saat ini melalui metode *offline* dan *online*. *Online* melalui website dan media social sedangkan *offline* melalui program kemitraan, pendekatan komunitas dan pameran.

IDENTIFIKASI DAN PENYELESAIAN MASALAH

Dalam bisnis berbagai masalah sering kali terjadi terutama terkait dengan sumber daya manusia, dari awal perjalanan PT. Alra ada beberapa masalah. Kesulitan dalam rekrutmen SDM yang sesuai merupakan permasalahan yang sering muncul. Kesulitan ini terjadi karena kebutuhan tenaga adalah orang berkeahlian khusus sehingga biasanya adalah orang-orang yang sudah memiliki pengalaman bekerja di perusahaan lain sejenis. Kerjasama dengan instansi pendidikan di DIY baik smk maupun ATK kurang berhasil karena orang cenderung enggan bekerja di perusahaan yang belum terkenal. Selain itu, dalam aplikasi pekerjaan di lapangan seringkali perusahaan UMKM mengalami permasalahan ketidak seimbangan pekerjaan seseorang, ada yang cenderung bekerja lebih banyak ada juga yang dirasa bekerja sangat sedikit juga. Aturan masih bersifat subjektif sehingga tidak terukur. Menyadari hal ini manajemen berinisiatif menetapkan jobdesk, namun adanya jobdesk ini menimbulkan hal positif dan negative, yaitu kinerja

seseorang bisa diukur namun sisi negatifnya karyawan cenderung tidak mau mengerjakan apa yang bukan jadi tanggung jawabnya di jobdesk. Kesulitan dalam perencanaan kompensasi juga menjadi kendala karena perusahaan menyadari bahwa perencanaan program kompensasi yang baik akan meningkatkan loyalitas dan kesjahteraan karyawan. Namun ketika program kompensasi dirancang dan ternyata jumlah pemasukan tidak sesuai dengan yang diharapkan maka akan menimbulkan masalah jangka panjang bagi perusahaan karena pendapatan belum stabil. Sering kali untuk meningkatkan keefektifan kerja perusahaan merotasi orang-orang dalam manajemen terkait posisi tugas dan tanggung jawabnya karena mengikuti keadaan yang terjadi, secara tugas para staff mampu beradaptasi namun yang sangat kesulitan terkait kepemimpinan. Karyawan cenderung sulit menggerakkan tim untuk mencapai target perusahaan. Kader yang kami naikan sebagai kordinator untuk tugas dan tanggung jawab pribadi bisa dijalankan dengan baik namun fungsinya sebagai control bawahannya yang tidak ada, tidak bertanggung jawab dan tidak mampu mengarahkan timnya mencapai target. Hal lain yang sering terjadi adalah gesekan antara rekan kerja dan permasalahan kedisiplinan yang didorong oleh faktor budaya.

Solusi yang kami lakukan dalam untuk permasalahan rekrutmen untuk pengrajin adalah menggunakan cara referensi dari pegawai ALRA sehingga lebih terjamin latar belakangnya dan keahliannya. Untuk posisi staff kami menggunakan fresh graduate karena cenderung lebih loyal dari pada mereka yang memang sudah pernah bekerja ditempat lain. Sistem *Jobdesc* tetap dilakukan disertai dengan pembentukan struktur perusahaan yang jelas, namun kami juga membangun komunikasi yang baik antara seluruh lapisan staff dan pengrajin sebagai sarana edukasi bahwa walaupun tugas dan tanggung jawab seseorang sudah dijelaskan dalam deskripsi pekerjaan namun ada beberapa hal yang perlu dilakukan bersama. Meeting secara rutin juga kami lakukan untuk memberikan kesempatan kepada setiap orang agar berpendapat di forum sehingga permasalahan yang terjadi dapat diketahui sejak awal dan tidak berlarut-larut dalam penyelesaian. Kompensasi kami berikan dengan sadar *Insentif Base Performance*. Kompensasi diberikan sesuai dengan beban kerja tambahan sehingga lebih fleksibel. Asas kekeluargaan menjadi nilai yang selalu disampaikan bahwa setiap permasalahan yang terjadi selalu bisa diselesaikan dengan duduk bersama. Aturan jelas dan tegas menjadi tolak ukur performa secara objektif.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Perencanaan program kerja (Raker) perlu dilakukan sebagai dasar langkah kemana perusahaan akan berjalan selama satu tahun, dan juga sebagai indikator keberhasilan dalam mencapai tujuan organisasi oleh semua stakeholder yang berkerja sama dalam implementasi program tersebut.

Berdasarkan analisis data penjualan, langkah marketing yang dilakukan perusahaan selama tahun 2017 belum optimal karena penjualan masih terfokus kepada pameran dan showroom saja, belum berupaya mengembangkan langkah marketing melalui kemitraan (*wholesaler dan reseller*) dan digital marketing (*marketplace, media social, website, dan jaringan database*). Sehingga peningkatan penjualan berbanding lurus dengan meningkatnya biaya marketing sedangkan biaya yang dikeluarkan hanya terfokus kepada seles saja tidak berupaya membangun sebuah sistem yang berkelanjutan. Belajar dari permasalahan tersebut, di tahun 2018 perusahaan merubah strategi marketing konvensional kearah digital menggunakan 4 pendekatan yaitu pertama, pameran (potensi) yaitu inacraft, lebaran, dan tahun baru saja yang memang berpotensi kemudian

langkah ini kami konversikan dengan mengikuti kegiatan komunitas yang memang didalamnya terdapat potensial *costumer* untuk ALRA dan dari sisi biaya jauh lebih relevan dari pada pameran mandiri di mall seperti saat 2017, kemudian kedua, kami memulai pemasaran social media dan *marketplace* dilanjutkan dengan pembangunan *website*, ketiga menjalin kemitraan dengan komunitas karena kekuatan *word of mouth* lebih efektif, terakhir keempat, adalah mulai membangun kerjasama untuk mendatangkan *costumer* ke showroom dengan beberapa agen perjalanan dan juga komunitas ibu-ibu baik dari dharma wanita, komunitas dosen, komunitas istri dokter dan yang berpotensi lainnya.

Selanjutnya apa yang kami gunakan sebagai acuan HPP per unit ternyata mampu dijadikan acuan perhitungan HPP berdasarkan *cost of goods sold* (COGS), hal ini membuktikan bahwa di tahun 2017 mekanisme produksi yang dibangun secara inhouse sudah sesuai dengan yang diharapkan untuk menghasilkan output yang mampu memberikan kontribusi margin 50% kepada penjualan. Selama ini hpp merupakan tolak ukur bagi perusahaan dalam menentukan strategi harga namun disini lain perusahaan perlu memperhatikan kondisi pasar dimana belum tentu barang tersebut mampu memberikan kontribusi margin 50% karena akan terkesan terlalu mahal dibandingkan kompetitor. Penentuan lokasi usaha di daerah ini tidak menjadikan perusahaan dekat dengan bahan baku dan tenaga kerja yang dibutuhkan, kapasitas terpasang kami saat ini adalah 10 orang produksi yang mampu menghasilkan 300 pcs tas dalam sebulan yang mana masih mampu mencukupi kebutuhan akan target penjualan yang dicanangkan oleh perusahaan sehingga belum perlu untuk menambah orang.

Secara aspek keuangan dapat dilihat bahwa total aktiva pada tahun 2018 semester pertama meningkat cukup tinggi dari tahun 2017 akhir, namun hal ini sebanding lurus dengan meningkatnya kewajiban yang harus diselesaikan oleh perusahaan. Dari gambar diatas menjelaskan bahwa secara paling tinggi kenaikan kewajiban adalah hutang lain-lain hal ini berkaitan erat dengan investasi modal kerja yang saat ini kami dapatkan dari pinjaman pihak ke 3 bukan bank, kami sadar bisnis bertumbuh sangat cepat namun karena kami perusahaan yang bergerak dalam bidang retail maka kami memerlukan produk minimal 3x lipat dari target omset bulanan untuk dapat merealisasikan hal tersebut sedangkan kami belum *bankable* sehingga kami memerlukan dana talangan untuk setiap even besar dimana waktu pengembalian yang sangat cepat yaitu setelah suatu acara selesai sehingga cenderung membuat *negative cashflow*, upaya yang kami lakukan menyikapi hal ini adalah dengan membuat kesepakatan dengan supplier untuk masalah payment (tempo) dan juga kepada para mitra untuk deposito sejumlah dana dan sebagai kompensasinya kami memberikan diskon lebih untuk mereka.

Secara aspek sumber daya manusia bahwa kebersamaan dalam tim merupakan kunci penting dari keberhasilan pencapaian saat ini, belum ada program atau sistem yang mengatur SDM perusahaan agar dapat meningkatkan loyalitas, memacu kinerja, pelatihan dan pengembangan hanya sebatas kompensasi berupa gaji dan uang lembur saja, namun saat-saat tersulit tidak akan pernah dapat dilewati tanpa adanya kekompakan tim baik tim produksi maupun tim manajemen dalam menjalankan tugasnya.

Keunggulan kompetitif jogja adalah sentra industry batik dan sentra industry kulit dari hulu ke hilir mulai dari bahan mentah hingga bahan jadi. Hal ini memberikan dampak positif kepada seluruh usahawan yang bergerah dalam bidang ini. Sinergi yang baik antara pemerintah, pengusaha, dan akademisi memberikan nilai tambah dalam keberlangsungan usaha bidang ini. Berbagai macam keuntungan dan dukungan berbagai

pihak membuat bisnis ini semakin tumbuh dan berkembang, namun semakin banyaknya para pengusaha di bidang ini menambah persaingan yang semakin ketat sehingga kami menyarankan untuk memiliki diferensiasi baik secara produk, secara marketing, maupun strategi bisnis yang ditawarkan, apabila tidak ada pembeda maka akan sangat sulit sekali untuk dapat bersaing dengan kompetitor.

DAFTAR PUSTAKA

- Damayantho, Tri. (2017), 10 Kota Kreatif di Indonesia (2), diperoleh pada 5 Juli 2018 di: <http://indonesiakreatif.bekraf.go.id/iknews/10-kota-kreatif-di-indonesia-2/>.
- Dessler, Gary. (2008), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Kesepuluh. New Jersey: Prentice-Hall.
- Ferrell, O.C., Hartline, M. (2011), *Marketing Strategy*, Edisi Kelima. South Western: Thomson Learning.
- Frediansyah, B. C. F., Setiaji, P., Rahman, A. M., Hartono, A. S., Putra, C. P. (2016), Laporan Rancang Bangun dan Implementasi Bisnis Paket Merchandise Untuk Promosi Wisata Yogyakarta, Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan). Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Handoko, T. Hani. 2001, *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Edisi Kedua. Yogyakarta: BPF.
- Ivancevich, J.M. (2007), *Human Resourch Development*. Singapore: McGraw-Hill.
- Kotler, P. (2010), *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P., Keller, K. L. (2011), *Marketing Management*, Edisi 14. New Jersey: Prantice-Hall.
- Limawadoyo, E. Alamzah; A. Simanjuntak (2013), Pengelolaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pada PT. Aneka Sejahtera Engineering. *Jurnal manajemen bisnis petra*, 1 (2), Hal: 1.
- Mujiasih, E., Ratnaningsih, I. Z. (2012), *Meningkatkan Work Engagement Melalui Gaya Kepemimpinan Transformasional dan Budaya Organisasi*. Seminar Nasional dan *Call for Papers*, Semarang: Fakultas Psikologi Undip.

- Muspawi, Mohamad. (2014), Manajemen Konflik (Upaya Penyelesaian Konflik Dalam Organisasi). *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*, 16 (2), Hal: 41-46.
- Pahlevi, A.S (2017), Gagasan Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional. *Journal of Art, Design, Art Education & Culture Studies*, 2 (2), Hal: 185.
- Pangestu, M. E. (2014), *Ekonomi Kreatif: Kekuatan baru Indonesia menuju 2025*. Jakarta: RURU Corps (www.rurucorps.com), Hal: 26.
- Pranyoto, V.S. (2016), Bucini Exclusive Leather “Berdayakan SDM Lokal. Diperoleh pada 5 Juli 2018 di: <https://jogja.antaraneews.com/berita/337362/bucini-exklusif-leather-berdayakan-sdm-lokal>.
- Rivai, Veitzal. (2004), *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, Edisi Kedua. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rusata, Tatang. (2015), Kelas Menengah Baru dan Tantangannya Bagi Industri Pariwisata Indonesia. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 10 (1), Hal: 20.
- Simatupang, M.T., Yudoko, Gatot., Handayati, Yuanita., Pascasuseno, Agung., Permadi, Krishna., Listiani, Wanda (2008), Analisis Kebijakan Pengembangan Industri Kreatif di Kota Bandung. *Journal of Technology Management*, 8 (1).
- Sitohang, Sonang (2010), Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Pengrajin Sentra Industri Kecil Tenun Ikat. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 14 (1), Hal: 57.
- Zhang, Y., Feng, X. (2011), The Relationship Between Job Satisfaction, Burnout, and Turnover Intention Among Physicians from Urban State-Owned Medical Institutions in Hubei, China: A Cross-Sectional Study. *BMC Health Service Research*, Vol.11, Hal: 235-245.

