PENGELOLAAN DAN PENGEMBANGAN USAHA PLASTIK PADA PERUSAHAAN KELUARGA PT. POLITAMA PAKINDO DI SEMARANG (PADA ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA)

Selsha Amellia dan Maria Praptiningsih
Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya
E-mail: selsha_09199@yahoo.com;mia@peter.petra.ac.id

Abstrak- **Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan pengelolaan dan pengembangan perusahaan keluarga PT. Politama Pakindo. Jenis penelitian menggunakan penelitan dekriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan fungsi bisnis dalam perusahaan sudah berjalan dengan efektif, kecuali sumber daya manusia. Hal itu dikarenakan masih banyak pegawai yang tidak loyal terhadap perusahaan. Sementara untuk analisis lingkungan eksternal menggunakan *Porter's Five Forces*, menunjukkan adanya ancaman persaingan perusahaan sejenis. Peluang ada pada kekuatan tawar menawar pembeli, dan tidak ada substitusi. Kelemahan perusahaan adalah tidak ada pemasok. Oleh karena itu strategi yang digunakan untuk pengembangan bisnis adalah dalam bentuk pengembangan pasar dan *cost leadership*.**

Kata kunci: Manajemen Strategi, Analisis Internal & Eksternal, Sumber Daya Manusia, Perusahaan Keluarga, *Cost Leadership*.

I. PENDAHULUAN

Dewasa ini, kehidupan manusia tidak bisa lepas dari bahan plastik. Tanpa kita sadari, sebagian besar barang di sekitar kita, berasal dari bahan plastik.. Melihat banyak sekali kegunaan dari plastik, membuat perkembangan industri plastik di Indonesia maju pesat. Pada tahun 2012, diprediksi peningkatan permintaan plastik yang cukup besar sekitar 8%. Hal ini dikarenakan kondisi perekonomian dunia, dan harga bahan baku plastik yang sudah stabil kembali.

Nilai impor plastik cenderung mengalami kenaikan, walaupun tidak setiap tahun mengalami peningkatan. Persaingan di industri ini bukan hanya dalam negeri saja tapi juga pasar internasional. Seiring dengan ketatnya persaingan baik dalam negeri dan luar negeri, ditambah dengan kondisi perekonomian yang tidak bisa diprediksi, menuntut perusahaan harus bisa mengelola dan mengembangkan perusahaannya dengan baik. Pengelolaan yang dimaksud adalah proses manajemen yang baik. Manajemen internal dalam perusahaan dapat memperkecil resiko dan menekan kondisi yang tidak diinginkan. Manajemen dibutuhkan bukan hanya untuk *top management* saja, tetapi managemen harus diterapkan dalam setiap lini perusahaan.

Dalam menentukan kesuksesan suatu perusahaan, banyak aspek yang dibutuhkan, salah satunya adalah dalam hal sumber daya manusia. Karena setiap organisasi perusahaan beroperasi dengan menggunakan seluruh sumber dayanya untuk dapat menghasilkan barang atau jasa. Dalam hal ini pengelolaan sumber daya meliputi sumber daya finansial, fisik, teknologi, dan manusia. Pada era globalisasi ini, sumber daya manusia mempunyai peran yang penting untuk kemajuan sebuah organisasi.

Melihat fenomena ini, peneliti ingin menganlisis tentang pengelolaan dan pemberdayaan dalam bidang sumber daya manusia di PT. Politama Pakindo. PT Politama Pakindo merupakan sebuah anak perusahaan keluarga dari Poli Group. Perusahaan bertempat di Ungaran Kabupaten Semarang. Perusahaan ini bergerak di bidang plastik, terutama pembuatan terpal dan karung semen. PT. Politama pakindo dari tahun ke tahun mengalami progress yang baik.. Semakin besar industri ini, semakin memiliki banyak karyawan, menambah banyak permasalahan di dalamnya. Oleh karena itu, pengelolaan dan manajemen yang baik dalam sumber daya manusia sangat dibutuhkan.

Walaupun PT. Politama ini berkembang pesat, ternyata dalam pengelolaannya sumber daya manusia belum bisa maksimal produktivitasnya. Hal itu dikeluhkan oleh perusahaan, melihat masih banyak karyawan yang tidak loyal dan sering mangkir kerja. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi perusahaan dan fenomena pengelolaan sumber daya manusia, maka peneliti tertarik untuk meneliti pengelolaan dan pengembangan usaha terutama pada aspek sumber daya manusia pada PT. Politama Pakindo.

Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan pengelolaan usaha pada perusahaan keluarga di PT. Politama Pakindo Semarang.
2. Menganilisis kondisi internal dan eksternal usaha plastik pada perusahaan keluarga di PT. Politama Pakindo Semarang.
3. Melakukan analisa SWOT pada perusahaan keluarga di PT. Politama Pakindo Semarang.
4. Merumuskan alternatif strategi pengembangan usaha plastik di PT. Politama Pakindo Semarang khususnya pada aspek sumber daya manusia.

Tinjauan Pustaka

A. Jenis Perusahaan Keluarga

Ada 2 macam jenis perusahaan keluarga : (Susanto, 2007, p.4) yaitu *Family Owner Enterprise* (FOE) dan *Family Business Enterprise* (FBE). FOE adalah perusahaan yang dimiliki oleh keluarga tetapi dikelola oleh eksekutif professional yang berasal dari luar lingkaran keluarga. Dalam hal ini keluarga berperan sebagai pemilik dan tidak melibatkan diri dalam operasi dilapangan agar pengelolaan perusahaan berjalan secara profesional. Dalam pembagian peran ini, anggota keluarga dapat mengoptimalkan diri dalam fungsi pengawasan. Sedangkan FBE adalah perusahaan yang dimiliki dan dikelola oleh anggota keluarga pendirinya. Baik kepemilikan maupun pengelolaannya dipegang oleh pihak yang sama yaitu keluarga. Perusahaan keluarga *type* ini dicirikan oleh dipegangnya posisi – posisi kunci dalam perusahaan oleh anggota keluarga. Di Indonesia kebanyakan perusahaan keluarga adalah jenis *Family Business Enterprise* (FBE), yaitu dikelola oleh keluarga sendiri.

B. Fungsi Manajemen

Fred R. David (2009, p.123-127) membagi fungsi manajemen menjadi lima, yaitu *planning, organizing, motivating, staffing,* dan *controlling*. Sedangkan menurut G.R. Terry (dalam Hasibuan, 2011, p.3) fungsi manajemen adalah *planning, organizing, actuating*, dan *controlling*. Sedangkan Hersey dan Blanchard (dalam Siswanto, 2011, p.3) fungsi manajemen dibagi menjadi empat yaitu *planning, organizing, actuating, motivating,* dan *controlling.* Walaupun berbeda-beda pembagian fungsi manajemen ini, sebenarnya semua pendapat ahli memiliki dasar yang sama. Peneliti mengambil funsi manajemen dari G.R. Terry.

C. Lingkungan Internal

Berbagai faktor yang termasuk dalam lingkungan internal perusahaan mencakup sumber daya dan *capabilities*. Menurut Barney dan Hesterly (dalam Solihin, 2009, p.39) resources merupakan sekumpulan aset, baik dalam aset berwujud (misalnya fasilitas pabrik yang dimiliki perusahaan, produk yang dihasilkan oleh perusahaan, persediaan bahan baku, dan lain-lain) maupun dalam aset yang tidak berwujud yang berada dalam kendali perusahaan serta akan membantu perusahaan dalam melakukan implementasi strategi untuk memperoleh keunggulan bersaing. Sedangkan capabilities adalah kemampuan yang dimiliki perusahaan untuk mengkoordinasikan sumber daya yang dimiliki dan memberdayakan sumber daya tersebut secara produktif (Solihin, 2009, p.40). Kapabilitas suatu perusahaan berasal dari tiga hal, yaitu struktur organisasi, proses organisasi, dan sistem pengendalian organisasi. Menurut Hitt, Ireland dan Hoskisson faktor lain yang mempengaruhi kapabilitas adalah keahlian dan pengetahuan yang dimiliki oeleh sumber daya manusia (dalam Solihin, 2009, p.40).

Menurut Fred David (2009, p.177) analisis lingkungan internal adalah mengidentifikasi dan mengevaluasi kekuatan *(strength*) dan kelemahan (*weakness*) di area fungsional bisnis. Analisis lingkungan internal mengkaji antara lain : keuangan dan akuntansi, sumber daya manusia, pemasaran, serta produksi dan operasional.

D. Faktor Keuangan dan Akuntansi.

Bagaimana pengeluaran atau pembelanjaan uang dan rekomendasi tanpa memperhatikan masalah dari pengeluaran, meneliti keuntungan dan kerugian dalam berbisnis, menganalisis biaya-biaya, margin dan aliran kas. kondisi keuangan sering dianggap sebagai ukuran terbaik dari posisi kompetitif perusahaan dan daya tarik keseluruhan kepada investor. menentukan kekuatan keuangan organisasi dan kelemahan adalah penting untuk merumuskan strategi efektif. faktor keuangan sering mengubah strategi yang ada dan implementasi perubahan.

E. Faktor Sumber Daya Manusia

Menurut Rivai dan Sagala (2011, p.2), manajemen dalam sumber daya manusia sangat dibutuhkan. Mereka mengatakan bahwa sumber daya manusia dianggap semakin penting perannya dalam pencapaian tujuan. Manajemen SDM merupakan bagian dari manajemen umum, yang memfokuskan diri pada bagian SDM. Adapun fungsi-fungsi manajemen SDM, menurut Umar (dalam Sutrisno, 2011, p. 7, 9-11) adalah 1)Fungsi manajerial, meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian. 2)Fungsi operasional, meliputi pengadaan tenaga kerja, pengembangan, kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan, dan pemutusan hubungan kerja. 3)Kedudukan manajemen sumber daya manusia dalam mencapai tujuan organisasi perusahaan secara terpadu. Sementara itu, menurut Schuler *et al*. (dalam Sutrisno, 2009, p.8) setidaknya ada tiga tujuan MSDM, yaitu memperbaiki ringkat produktivitas, memeperbaiki kualitas kehidupan kerja, dan meyakinkan organisasi telah memenuhi aspek-aspek legal.

Perencanaan sumber daya manusia merupakan fungsi utama yang harus dilaksanakan dalam organisasi, guna menjamin tersedianya tenaga kerja yang tepat untuk meduduki berbagai posisi, jabatan, dan pekerjaan yang tepat pada waktu yang tepat (Sutrisno, 2011, p.33). ada beberapa tahapan dalam sumber daya manusia yang pertama adalah rekrutmen. Menurut Singodimedjo (dalam Sutrisno, 2011, p.45) rekruitmen merupakan proses mencari, menemukan, dan manarik pelamar untuk dipekerjakan dalam suatu organisasi.

Setelah proses rekruitmen, para calon karyawan harus melalui tahapan seleksi. Seleksi adalah kegiatan dalam manajemen SDM yang dilakukan setelah proses rekruitmen selesai diadakan. Proses seleksi sebagai sarana yang digunakan dalam memutuskan pelamar mana yang akan diterima. Menurut Rivai dan Sagala (2011, p.211-212) pelatihan adalah proses secara sistematis mengubah tingkah laku pegawai untuk mencapai tujuan organisasi. Pelatihan berkaitan dengan keahlian dan kemampuan pegawai untuk melakukan pekerjaan saat ini. Pelatihan memiliki orientasi saat ini dan membantu pegawai untuk mencapai keahlian dan kemampuan tertentu agar berhasil dalam melaksanakan pekerjaannya. Sedangkan pengembangan diartikan oleh Sutrisno sebagai prosespeningkatan keterampilan teknis, teoritis, konseptual, dan moral pegawai melalui pendidikan dan pelatihan.

F. Pemasaran

Dapat digambarkan sebagai proses mendefinisikan, mengantisipasi, membuat, dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk produk dan jasa. Ada tujuh fungsi pemasaran yaitu (David, 2009, p.198): analisis konsumen, penjualan produk/jasa, perencanaan produk/jasa, penetapan harga, distribusi, riset pemasaran, dan analisis peluang.

G. Produksi dan operasional

Merupakan suatu usaha terdiri dari semua kegiatan yang mengubah inputs menjadi barang dan jasa. Manajemen produksi berkaitan dengan input, transformasi, dan output yang bervariasi di berbagai industri dan pasar. Sebuah operasi manufaktur mengubah atau mengkonversi input seperti bahan baku, tenaga kerja, modal, mesin, dan fasilitas menjadi barang jadi dan jasa.prinsip produk dapat diartikan pula citra hasil produksi yang ingin ditunjukan oleh perusahaan, posisi dan reputasi produk di pasaran, ketersediaan dan pengoprasian dari sumber daya yang diolah.

H. Lingkungan Eksternal

Ada beberapa alat analisa untuk bisa mendefinisikan lingkungan eksternal suatu perusahaan, salah satunya adalah analisa porter. *Porter's 5 forces* atau analisis struktur industri, adalah suatu analisa yang banyak digunakan unruk pengembangan strategi dalam perindustrian. Porter mendefinisikan struktur industri sebagai *" The underlying economic and technical characteristic of an industry*". Menurut Porter, ada lima kekuatan persaingan, dapat dilihat dari berbagai komposisi kekuatan, yaitu (Solihin, 2009, p.42-43): 1) Persaingan antar sesama industri, 2) Pesaing baru potensial yang masuk (*Entry barriers*), 3) Pengembangan produk substitusi yang potensial, 4)

Kekuatan tawar-menawar konsumen, dan 5) Tawar-menawar *supplier.*

I. Analisis SWOT

Analasis lingkungan dibagi menjadi dua yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Tujuan dari analisis lingkungan eksternal adalah mengidentifikasi adanya berbagai peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Sedangkan tujuan dari analisis lingkungan internal adalah untuk mengidentifikasi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) yang ada pada sumber daya dan kapabilitas perusahaan.

J. Matriks SWOT

Matriks kekuatan-kelemahan-peluang-ancaman adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manager mengembangkan empat jenis strategi : strategi SO (kekuatan-peluang), strategi WO (kelemahan-peluang), strategi ST (kekuatan-ancaman), dan strategi WT (kelemahan ancaman).

K. Formulasi Strategi Grand Matrix

Matrik strategi besar (*grand strategic matrix*) adalah sebuah alat yang popluar untuk merumuskan alternatif strategi. Semua organisasi dapat diposisikan dalam salah satu dari empat kuadran dalam *Grand Strategy Matrix*. *Grand strategy matrix* didasarkan pada dua dimensi eveluatif, yakni: posisi kompetitif dan pertumbuhan pasar. Strategi yang sesuai untuk dipertimbangkan suatu organisasi terdapat pada urutan daya tariknya dalam masing-masing kuadran dalam matriks (David, 2009, p.348).

II. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Adapun penelitian ini akan meneliti tentang pengelolaan dan pengembangan usaha pada perusahaan keluarga PT. Politama Pakindo Dengan menggunakan penelitian dekriptif kualitatif, diharapkan akan mendeskripsikan fakta yang ada secara menyeluruh sehingga akan menghasilkan sebuah rencana pengembangan bisnis pada perusahaan keluarga tersebut

B. Teknik Pengumpulan Data

yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara dan studi pustaka

C. Penentuan Informan

Metode penentuan informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalkan orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan. (Sugiyono, 2012, p.219)

Sumber informan dalam penelitian ini adalah pihak internal perusahaan dikarenakan untuk mengetahui bagaimana pengelolaan perusahaan keluarga ini serta adanya pihak eksternal dari perusahaan ini.

D. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan sejak awal penelitian dan selama proses penelitian dilaksanakan. Data diperoleh, kemudian dikumpulkan untuk diolah secara sistematis. Dimulai dari wawancara, observasi, mengedit, mengklasifikasi, mereduksi, selanjutnya aktivitas penyajian data serta menyimpulkan data. Teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif menurut Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2012) yaitu reduksi data**,** penyajian data**,** penyajian data *(display data)*, dan penarikan Kesimpulan / Verifikasi

E. Metode Pengujian Data

Dalam menganalisis data-data yang ada digunakan teknik triangulasi. Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Oleh karena itu terdapat triangulasi sumber, triangulasi waktu (Sugiyono, 2012, p. 273-274). Peniliti menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber, kemudian data yang didapat tersebut dideskripsikan, dikategorisasikan dan dianalisis sehingga menghasilkan suatu kesimpulan. Peneliti menggunakan triagulasi sumber karena peneliti menggunakan dua narasumber untuk satu pertanyaan. Dari jawaban dua narasumber itu akan ditemukan kesepakatan atau kesatuan jawaban untuk menjadi dasar analisis peneliti.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. *Company Profile*

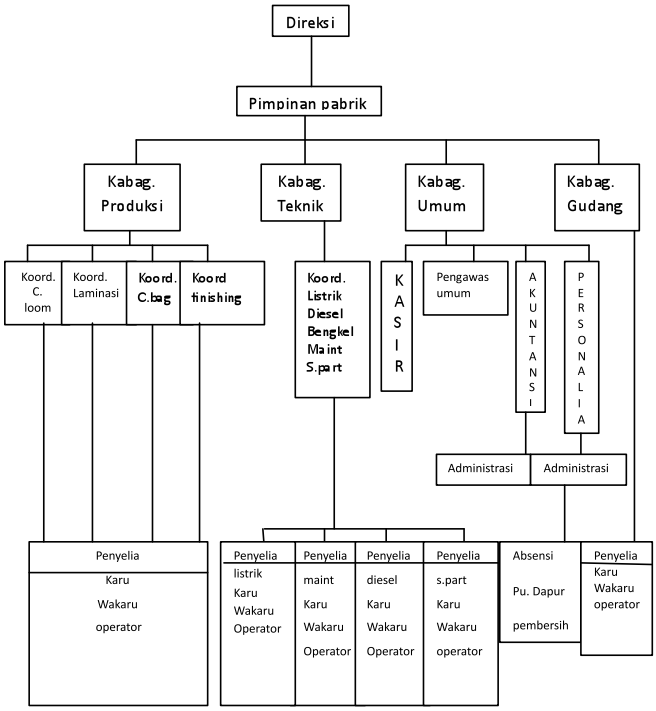
PT. Politama Pakindo adalah sebuah perusahaan yang merupakan pengembangan dari PT Poliplas Indah Sejahtera yang sudah terlebih dahulu berdiri sejak tahun 1982. PT. Politama Pakindo, PT. Poliplas Makmur Sentosa, PT. Polidaya Guna perkasa dan Poliplas Indah Sejahtera tergabung dalam satu perusahaan milik Poli Group. Keempat perusahaan tersebut tergabung dalam satu lingkungan industri, yaitu industri plastik dan kertas. Walaupun keempat perusahaan ini bergerak dalam industri plastik namun dari hasil tiap-tiap perusahaan berbeda-beda untuk PT. Politama Pakindo menghasilkan produksi terpal plastik dan produksi karung-karung semen. PT. Politama Pakindo merupakan sebuah anak perusahaan dari sebuah perusahaan keluarga. Poli grup didirikan oleh Ho Tiong Liauw yang sekarang telah diteruskan oleh anak beliau yang bernama Hendro Supeno Hadiwiryo Perusahaan ini berbentuk PT sehingga memiliki deviden yang dibagikan secara teratur. Walaupun berbentuk PT, saham perusahaan masih dipegang oleh seluruh keluarga besar Bapak Ho.

PT. Politama Pakindo berdiri sejak tahun 1989. PT. Politama pakindo merupakan Perusahaan yang baru berdiri. Walaupun demikian dari tahun ke tahun terjadi peningkatan baik dalam produksi maupun kemajuan karyawan. Perkembangan perusahaan ini terlihat dalam jumlah karyawan yang semakin meningkat, jumlah produksi yang meningkat, peningkatan mutu dan teknologi mesin, dan jangkauan pasar yang bukan hanya dalam negeri tetapi juga dalam pasar internasional. Untuk lebih memperluas pemasaran sekaligus memberikan kemudahaan bagi konsumen dalam hal pemasaran hasil produksi PT. Politama Pakindo membuka kantor cabang di dua area di pulau jawa yaitu Surabaya dan Jakarta.

Untuk memudahkan konsumen dari luar negeri yang ingin mendapatkan hasil produksi perusahaan, dapat langsung menghubungi kantor utama atau kantor cabang perushaan. Selain membuka kantor pemasaran, PT. Politama Pakindo membuka jasa layanan konsumen untuk memuaskan konsumen. Jasa layanan konsumen ini juga merupakan langkah yang ditempuh perusahaan untuk memajukan dan mengembangkan perusahaan. Jasa layanan ini berupa saran dan kritik kinerja perusahaan, hasil-hasil produksi perusahaan dan klaim pengaduan tentang permasalahan konsumen yang timbul karena perusahaan, misalnya keterlambatan pengiriman barang, produk kurang memuaskan, dan sebagainya.

B. Struktur Organisasi

Gambar 1. Struktur Organisasi Perusahaan PT. Politama Pakindo

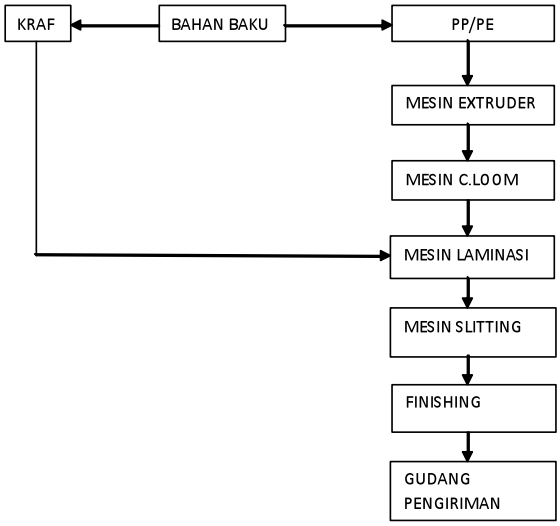


Sumber : Data Perusahaan

C. Proses Produksi Terpal Plastik

1. Pembuatan karung plastik dan terpal terlaminasi adalah bahan baku yang berupa butiran-butiran *polipropylene, polythine,* dan bahan-bahan lain dimasukkan dalam tempat pengaduk pada mesin exstruder.
2. Diproses menjadi cairan plastik, cairan ini didinginkan dengan air mempunyai suhu dan kelembapan tertentu sehingga dengan cepat dapat merubah cairan ini menjadi lembaran plastik.
3. Cairan yang sudah menjadi lembaran plastik disayat mesin pisau pemotong agar menjadi benang-benang plastik kemudian digulung menggunakan *winder-winder extruder.*
4. Gulungan plastik berupa benang dikirim kebagian gudang untuk menjadi stok gudang benang yang sudah diperiksa dengan baik lalu ditransfer antar gudang kebagian *circulair loom*
5. Di mesin *circulair loom* ini benang plastik akan ditenun menjadi lembaran anyaman yang berupa gulungan kain terpal, kemudian dibawa ke mesin laminasi.
6. Di mesin laminasi lembaran kain terpal tergulung lebih rapi karena mesin dilengkapi alat sensor dan pemotong tepi kemudian kain terpal dilaminasi, setelah itu dibawa ke bagian mesin potong terpal (*sliting*).
7. Dimesin potong terpal (*sliting),* kain terpal yang sudah dilaminasi dipotong sesuai dengan pesanan yang diinginkan dan siap dikirim kepada pemesan.
8. Jika potongan kain terpal sudah sesuai dengan pesanan, lalu dibawa ke bagian *finishing* dan kemudian dibawa kegudang ekspedisi untuk dikirim.

Gambar 2. Proses Produksi Terpal Plastik



Sumber : Data Perusahan

D. Proses Produksi Karung Semen

1. Bahan baku pertama yang digunakan pada proses pembuatan karung semen adalah berupa gulungan-gulungan kertas kraft yang langsung diproses pada mesin cemen bag, terkadang ada yang dilaminasi dengan lembaran kain karung dan lapisan plastik biasa.
2. Mesin cemen bag merupakan bagian dari mesin printing dan mesin pembuat kantung. Di mesin cemen bag ini gulungan kertas kraft dibuat menjadi kantung semen.
3. Setelah terbentuk kantung-kantung semen, kemudian dibawa kebagian sortir lalu dilipat dan dibentuk corong untuk siap dijahit.
4. Kantung semen dijahit bagian bawah atau atas kemudian ditali dan diikat sebanyak 25 lembar.
5. Kemudian kantong semen dibawa ke mesin kemas press.
6. Setelah dikemas press kantung semen dibawa ke gudang finish good dari gudang finish good ditransfer antar gudang kebagian ekspedisi untuk dikirim ke pemesanan

Gambar 3. Proses Produksi Karung Semen

Sumber : Data Perusahan

E. Karateristik Perusahaan Keluarga

Karateristik khusus yang terlihat pada Poly Group adalah sebuah perusahaan keluarga tetapi perusahaan memberikan jabatan dalam semua anak perusahaannya kepada profesional. Anggota keluarga hanya sebagai pemegang

saham atau direksi mempunyai tujuan agar pengelolaan perusahaan berjalan secara profesional, semua pemilik dalam peprusahaan tidak ada yang mencampurkan urusan keluarga dalam pekerjaannya. Dengan ciri tersebut, maka jenis perusahaan keluarga PT. Politama Pakindo merupakan FOE (*Family Owner Enterprise*), dimana perusahaan yang dimiliki oleh keluarga dikelola oleh eksekutif professional yang berasal dari luar lingkaran keluarga. Dalam pembagian peran ini, anggota keluarga dapat mengoptimalkan diri dalam fungsi pengawasan. Adapun tujuan anggota keluarga hanya sebagai pemilik dan semua jabatan diberikan pada profesional adalah agar ada pembagian antara urusan pekerjaan dan keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa pemilik perusahaan keluarga Poly Group, terutama PT. Politama Pakindo siap menjadi perusahaan yang terbuka dan profesional di Indonesia.

Dampak positif dari keteribatan keluarga dalam perusahaan PT. Politama Pakindo ini terlihat dari:

1. Tidak ada pengaruh dalam operasional perusahaan bila terjadi konflik antar keluarga, karena sudah ada pemisahaan dan pembatasan antara perusahaan dengan keluarga.
2. Perusahaan lebih cepat berkembang karena dikelola oleh orang yang professional dan lebih tanggap dalam perkembangan industri.
3. Pemilihan kebijakan, perekrutan eksekutif dan penilaian yang lebih objektif terhadap kinerja dari perusahaan.

Sedangkan dampak negatif yang terjadi adalah:

1. Karena perusahaan mengambil kebijakan untuk tidak nmemasukkan keluarga dalam perusahaan, generasi penerus kurang mengenal nilai-nilai perusahaan.
2. Lebih berpotensi terjadi konflik tentang pemilihan pemimpin direksi selanjutnya karena semua hanya berdasarkan saham dan keturunan awal pendiri, sehingga anggota keluarga yang lain bisa meributkan kekuasaan berikutnya.

F. Keuangan dan Akuntansi

Untuk memenuhi penelitian bagian Keuangan dan Akuntansi perusahaan, penulis mencoba untuk melakukan wawancara dengan bagian keuangan perusahaan, pertama merupakan kepala bagian keuangan sebagai penanggung jawab masalah keuangan PT. Politama Pakindo dan staf keuangan sebagai pembuat laporan keuangan perusahaan. Adapun pertanyaan-pertanyaan yang diberikan terdiri dari empat unsur fungsi manajemen. Berikut data yang dapat diperoleh oleh penulis mengenai bagian Keuangan dan Akuntansi perusahaan:

1. *Planning*

Perencanaan merupakan hal penting yang dapat menjadi sebuah pedoman perusahaan dalam mengarahkan kegiatan perusahaannya untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Pertanyaan wawancara yang diajukan kepada narasumber adalah tentang rencana kebutuhan dana organisasi. Bagian keuangan biasanya melakukan prososal untuk anggaran dana perusahaan kepada direksi. Bila anggaran besar dan perusahaan kekurangan modal, akan melakukan pinjaman dana ke bank.

Dan perencanaan anggaran yang telah disampaikan kepala keuangan ini memiliki peranan penting dalam perusahaan. Kepala keuangan menyebutkan perencanaan ini bertujuan untuk membuat anggaran bulanan pada tiap tiap fungsi bisnis, dan pembuatan laporan keuangan. Dengan demikian, hal ini menunjukkan bahwa keseluruhan PT. Politama Pakindo mempunyai perencanaan dengan membuat laporan keuangan tiap harinya untuk divisi operasional sedangkan divisi pemasaran dan divisi SDM ini tiap bulan. Dari perencanaan diatas, kepala keuangan sendiri ini betugas untuk mengawasi keadaan keuangan perusahaan yang meliputi beberapa divisi di perusahaan tersebut dengan tujuan agar tidak ada kesalahan pembukuan dalam keuangan perusahaan.

2. *Organizing*

Pengorganisasian pada fungsi bisnis ini dikuasai oleh Bapak Daniel Sutikno dibantu dengan staffnya yang mengatur segala keuangan yang ada. Keuangan mempunyai tugas tentang pemberian laporan keuangan atau pembukuan, pencatatan kas kecil, dan pelaporan rencana kedepan.

Pembagian tugas dalam fungsi bisnis keuangan ini sudah dapat diketahui bahwa tiga staf keuangan ini bertujuan untuk membantu tugas manajer keuangan yakni seperti melakukan penerimaan uang dari setiap *order* konsumen, pengeluaran seperti gaji bulanan karyawan, biaya operasional yang ada pada perusahaan dan biaya pemasaran yang terkait.

3. *Actuating*

Bagian *actuating* pada fungsi bisnis keuangan ini adalah membuat laporan keuangan aktifitas perusahaan di hari itu juga yang meliputi penerimaan uang dari setiap *order* konsumen dan pengeluaran yang digunakan untuk divisi operasional. Kepala bagian keuangan menyebutkan Untuk laporan tiap hari yang berjalan adalah seperti pengeluaran uang trasportasi bus, uang makan direksi dan pimpinan, pemesanan produk dan laporan keuangan bulananan ini adalah seperti penggajian karyawan.

4. *Controlling*

Perusahaan mengontrol keuangan ini meliputi harian dan tahunan, yang meliputi pengeluaran fungsi bisnis operasional, gaji karyawan dan biaya pemasaran. Pada tahap ini fungsi bisnis keuangan ini juga dikontrol oleh direksi seperti yang dikatakan kepala keuangan. Pengontrolan ini digunakan untuk melihat bagaimana keadaan keuangan perusahaan yang berupa keuntungan dan kerugian yang diterima perusahaan.

G. Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia yang selanjutnya disingkat SDM merupakan aspek yang menjadi perhatian khusus pada penelitian ini. Hal ini dikarenakan di awal wawancara, pimpinan perusahaan menyebutkan bahwa SDM merupakan aspek yang menjadi permasalahan di perusahaan kali ini. Dengan demikian, perlu ada analisis yang lebih mendalam di aspek SDM ini untuk menemukan sebuah solusi yang dapat memperlancar rencana pengembangan usaha PT. Politama Pakindo. Adapun analisis aspek SDM ini berdasarkan empat fungsi manajemen, antara lain:

1. *Planning*

Perencanaan pada fungsi sumber daya manusia ini adalah merekrut karyawan yang dibutuhkan oleh PT Politama Pakindo yang bertujuan untuk membantu kinerja perusahaan. Untuk proses perekrutan karyawan ini bagian personalia memberi kertas pengumuman pada kantor dan pada pintu gerbang perusahaan. Secara khusus perusahaan tidak memiliki perencanaan di awal untuk jumlah tenaga kerja. Walaupun perusahaan mengatakan tidak ada perencanaan, sebenarnya perusahaan telah melakukan hal itu. Perencanaan ada didalam proses rekrutmen karyawan dimana perusahaan harus merencanakan proses rekrutmen yang akan digunakan. Perusahaan memakai sistem tambal sulam untuk tenaga kerjanya agar tidak ada kelebihan

tenaga kerja dan semua sumber daya bisa efektif serta efisien.

2. *Organizing*

Sementara dalam organisasi fungsi bisnis sumber daya manusia ini dikepalai oleh Bapak Hary Utomo selaku kepala bagian personalia. Bagaian personalia ini dibagi menjadi tiga divisi lagi yaitu, divisi perekrutan dan seleksi, divisi cuti, dan divisi tunjangan jamsostek. Untuk jumlah karyawan saat ini adalah 963 orang sesuai yang dikatakan Bapak Hary ”Karyawan kami tergolong banyak. Karena perusahaan ini bukanlah padat modal tetapi padat karya.”

Jumlah karyawan pun didominasi oleh perempuan dari pada pria, karena perusahaan merasa wanita lebih teliti dan rajin dalam bekerja. Jadi dapat diketahui pada PT. Politama Pakindo pengorgansisasian pada bidang SDM ini penanggung jawabnya Bapak Hary Utomo.

3. *Actuating*

Dalam hal perekrutan karyawan, perusahaan hanya menerima pelamar dari kelurga karyawan perusahaan. Perusahaan tetap memberikan standar tertentu, walaupun yang akan diterima hanya pelamar dari rekomendasi karyawan sendiri. Para calon karyawan harus lulusan STM atau minimal SMA untuk melamar. Setelah itu para pelamar harus melewati tes wawancara, tes tertulis dan tes kesehatan. Proses rekrutmen dijelaskan olah bapak Hary sebagai berikut, perusahaan memiliki sistem permintaan terlebih dahulu baru bagian personalia akan mencari tenaga kerja. Ketua regu (karu) pada setiap divisi akan memberikan blanko permintaan tenaga kerja kepada personalia, dan personalia sudah memiliki stok calon karyawan. Setelah itu bagian personalia akan menyeleksi dan memberikan calon karyawan kepada karu supaya karu bisa menyeleksi kembali, bila sudah sesuai, calon karyawan akan diterima bekerja.

Sedangkan pada jadwal kerja perusahaan menurut bapak Hary adalah jam tujuh pagi sampai jam lima sore, setiap senin sampai sabtu, sedangkan untuk bagian mesin c.loom dibagi menjadi tiga shift karena mesin tidak boleh mati.

Walaupun mesin tidak pernah mati, karyawan mesin c.loom akan mendapat libur yang sama yaitu satu hari dalam seminggu dan pabrik akan tutup pada waktu lebaran. Pada gaji karyawan dapat diketahui sesuai dengan yang dikatakan kepala bagian bahwa gaji pegawai tetap di perusahaan rata rata diatas satu juta, sedangkan untuk karyawan yang belum tetap hanya 80% dari gaji pokok. Jadi dapat disimpulkan gaji karyawan ini sudah sesuai dengan UMR yang ada yakni Rp 950.000,00 per bulan.

Perusahaan sudah melakukan pelatihan dan pemberian motivasi kepada karyawannya terutama untuk bagian produksi. Menurut Bapak Hary , perusahaan melakukan pelatihan setelah rekrutmen atau adanya mesin dengan teknologi baru, personalia melakukan pelatihan sekitar tiga bulan. Untuk memotivasi karyawan agar dapat mengejar target perusahaan memasang target dalam produksi dan reward untuk kinerja yang lebih dari target. Selain reward hukuman akan diberikan saat karyawan melanggar peraturan perusahaan.

4. *Controlling*

Tahap terakhir adalah pada pengawasan SDM yang lebih diarahkan pada evaluasi. Adapun pertanyaan yang ditanyakan tentang tahap pengawasan ini adalah perihal waktu dalam mengevaluasi kinerja karyawan. Kedua narasumber sepakat mengatakan bahwa evaluasi kerja pada tiap bulannya, yang meliputi jumlah hasil kerja yang diselesaikan, ketepatan penyelesaian pengerjaan, absensi, sikap kerja, tanggung jawab dan kerja sama dengan karyawan lainnya, seperti pada blanko penilaian yang ada. Blanko yang tersedia akan diisi oleh karu dari masing-masing divisi.

Penilaian ini berlaku untuk semua karyawan. Untuk kepala bagian akan dilakukan penilaian berdasarkan blanko kinerja yang sama hanya saja akan diisi oleh direktur perusahaan untuk evaluasi bersama. Kepala bagian personalia ini evaluasi yang dilakukan secara teratur setiap akhir bulan ini digunakan untuk:

Meningkatkan kinerja karyawan dan untuk pemberian insentif jika karyawan mempunyai kinerja yang baik. kita tidak akan memberikan hukuman untuk kinerja yang buruk, kita akan memberikan motivasi dan sudah teratur dilakukan. Perusahaan memberikan motivasi dengan memanggil psikolog dengan tujuan menekan *turnover* dalm perusahaan. Disini perusahaan membuat evaluasi agar terjadi peningkatan kinerja, apalagi sumber daya manusia ini sangat memberi dampak yang besar pada perusahaan.

Adapun kendala dalam manajemen SDM ini adalah ketidakhadiran karyawan yang tidak perlu (mangkir). Banyak karyawan yang tidak mengurus perijinan bila sakit atau tidak meminta ijin terlebih dahulu bila akan mengambil cuti, sehingga banyak Perusahaan mengatakan perekrutan yang mengandalkan sistem ini memilki beberapa kendala seperti cuti massal karena hampir seluruh anggota keluarga bekerja dalam perusahaan, dan masalah muncul bila salah seorang memiliki kepentingan dan mengakibatkan pengajuan cuti bersamaan. Selain cuti yang massal kendala yang dialami adalah *turnover* yang tinggi, bukan karena PHK tetapi karena mayoritas pekerja adalah wanita. Perusahaan agak kesusahan karena turnover yang selalu dialami, walaupun cenderung menurun. Hal ini disebabkan pekerja didominasi wanita. Wanita pasti akan lebih sering mengambil cuti dan kemungkinan besar setelah menikah akan keluar dari perusahaan karena faktor keluarga.

Walaupun perusahaan mengeluhkan hal ini, perusahaan tetap memilih wanita sebagai karyawannya karena wanita cenderung lebih rajin, lebih tekun. Perusahaan menggunakan wanita pada bagian finishing, penjahitan dan administrasi sedangkan pria biasanya hanya pada mesin dan administrasi.

H. Pemasaran

Pemasaran merupakan sebuah komunikasi penting yang dilakukan perusahaan sebagai produsen produk atau jasa kepada konsumen ataupun pelanggannya. Dalam aspek pemasaran ini, wawancara dilakukan kepada dua narasumber, yaitu kepala bagian keuangan dan kepala subdivsi bagian pemasaran. Aspek pemasaran disini ditinjau dari empat fungsi manajemen, antara lain:

1. *Planning*

Dalam aspek pemasaran, perencanaan merupakan hal penting yang harus dilakukan oleh manajemen. Pertanyaan yang diberikan kepada narasumber yaitu tentang target pemasaran, merupakan rencana pemasaran PT. Politama Pakindo. Kepala bagian keungan mengatakan bahwa selama ini perusahaan harus menjaga hubungan baik kepada semua perusahaan semen, perusahaan pemerintah dan perusahaan lain yang membutuhkan kertas dan terpal plastik, perusahaan biasa mengikuti tender. PT. Politama Pakindo ini biasanya memasuki perusahaan-perusahaan yang membutuhkan terpal dan kemasan kertas semen untuk kelangsungan perusahaan. Perusahaan harus membuat

rencana pemasaran walaupun tidak memakai iklan karena perencanaan seperti itu merupakan hal yang paling penting untuk eksistensi perusahaan kedepannya.

Perencanaan dilakukan dengan pembangunan hubungan baik antar konsumen dan pelanggan hal itu dikarenakan perusahaan hanya mengandalkan tender dan internet. Dengan demikian, perencanaan perusahaan akan dapat dijadikan sebagai sebuah pedoman yang akan digunakan untuk mengarahkan kegiatan perusahaan kepada tujuan perusahaan.

2. Organizing

Pada tahap organizing fungsi bisnis pemasaran ini sudah dikatakan cukup berhasil yang mana Bapak Daniel sebagai kepala bagaian keuangan dan membawahi subdivisi pemasaran. Subdivisi pemasaran ini bertugas untuk mengurus tender-tender perusahaan dan menghubungi perusahaan yang membutuhkan jasa PT. Politama Pakindo ini.

3. *Actuating*

Dalam aspek penggerakan pemasaran yang telah dilakukan oleh PT. Politama Pakindo ini, staff pemasaran dan kepala keuangan terjun langsung ke perusahaan untuk memperkenalkan jasa perusahaan. Sedangkan untuk tender penting dari pemerintahan biasanya dipimpin langsung oleh direktur pabrik dan kepala keuangan.

Pemakai jasa perusahaan ini kebanyakan ada pabrikan dan organisasi pemerintahan oleh karena itu iklan sering kali tidak dibutuhkan, tetapi kemampuan memenangkan tender lebih penting. Iklan hanya pada internet untuk menjangkau pasar luar negeri.

Selain itu penggerakan lainnya adalah direksi sering kali ikut terjun dalam pemasaran. Staf pemasaran juga mengatakan bahwa direksi sering kali ikut membantu pemasaran dengan memperkenalkan kolega atau kenalan-kenalannya.

Membangun hubungan kekerabatan pada perusahaan konsumen meliputi perusahaan yang awalnya memberi pelayanan yang baik dengan perusahaan dan selanjutnya perusahaan membangun dengan cara pendekatan dengan pimpinan perusahaan perusahaan berbincang bincang dengan pimpinan perusahaan serta pemberian *parcel* pada *event* tertentu.

4. *Controlling*

Kemudian untuk pengawasan kegiatan pemasaran, pengendalian dilakukan oleh kepala pemasaran, kepala bagian keuangan dan direksi. Kepala pemasaran akan menanyakan langsung ke pada pelanggan dengan pesanan, dan *feedback* kepada perusahaan berupa kritik dan saran. Semua masukan dari pelanggan inilah yang menjadi controlling dalam pemasaran, untuk memperbaiki kinerja produksi sekaligus membangun hubungan yang baik dengan perusahaan.

I. Produksi dan Operasional

Penulis melakukan wawancara dengan bagian produksi dan operasional, yang telah dijelaskan di bab tiga kepala bagian produksi. Hasil dari wawancara yang dilakukan adalah sebagai berikut

1. *Planning*

Menurut Bapak Bambang Purnamajaya, Kualitas harus tetap terjaga, jadi walaupun tidak ada perencanaan khusus, kami selalu meningkatkan dan merencanakan kulitas pada setiap proyek pesanan, karena semua pesenan berdasarkan order dari pelanggan.

Pada bagian ini perusahaan melakukan perencanaan dengan merencanakan kualitas seperti apa yang diinginkan oleh pelanggan, setelah mencapai standar yang diinginkan, perusahaan akan mengirimkan *sample* kepada pelanggan. Kemudian perusahaan baru dapat memproduksi barang yang telah dipesan oleh konsumen. Menurut Bapak Purnamajaya, ada target setiap produksi, semua tergantung sesuai dengan pesanan pelanggan. Kecuali untuk beberapa pesanan yang umum perusahaan sering membuat cadangan barang. Standar yang ditetapkan pasti harus sesuai dengan pesanan pelanggan, dan perusahaan terkenal karena kualitas yang baik tetapi harga yang sangat bersaing.

2. *Organizing*

Pengorganisasian dalam fungsi operasional ini sesuai dengan struktrur organisasi perusahaan yang merupakan penanggung jawab utama adalah Bapak Bambang Purnamajaya. Tugas dari kepala bagian produksi tersebut adalah memantau dan mengawasi kinerja yang dihasilkan dari proses produksi perusahaan tersebut. Menurut Bapak Purnamajaya, kinerja produksi perusahaan biasanya diukur dari jumlah hasil produksi dan kualitas hasil produksi yang dikerjakan oleh bagian produksi perusahaan, apabila produksi yang dihasilkan banyak dan memiliki kualitas yang baik maka kinerja yang dihasilkan sudah sesuai dengan keinginan perusahaan. Kepala produksi dan operasional tersebut juga bertugas untuk membagi tugas-tugas yang dimiliki oleh karyawan bagian produksi, sehingga kinerja yang ada dapat sesuai dengan rencana yang ada. Perusahaan juga memiliki bagian *Quality Control,* tugas dari bagian ini adalah mengawasi kualitas barang yang dihasilkan oleh bagian produski sehingga sesuai dengan standard yang diharapkan oleh perusahaan.

3. *Actuating*

Menurut Bapak Purnamajaya, pengarahan diberikan dengan cara-cara penggunaan mesin-mesin pabrik kepada karyawan bagian produksi. Selain itu juga dengan pengarahan penggunaan sumber daya yang efektif. Perusahaan melakukan pengarahan kepada bagian produksi dengan cara memberikan pengarahan bagaimana cara mengoperasikan mesin-mesin yang dimiliki oleh perusahan. Biasanya karyawan akan ditraining selama tiga bulan untuk pengenalan mesin, sehingga karyawan dapat menggunakan mesin-mesin tersebut sesuai dengan target yang diinginkan perusahan, selain itu perusahaan juga memberikan pengarahan kepada karyawan dalam penggunaan sumber daya yang ada.

Selaian memberian training, pengarahan dilakukan dengan pengawasan oleh wakaru dan karu dalam setiap regu operator. Pengarahan tersebut bertujuan agar para karyawan dapat meminimalkan pengeluaran bahan baku yang ada dengan hasil yang maksimal dengan kata lain memperkecil barang yang *defect*.

Perusahaan bukan hanya memberikan pengarahan pada mesin, tetapi juga memacu kinerja karyawan dengan insentif berupa tambahan penghasilan dan lembur. Dengan adanya reward seperti itu, karyawan akan terpacu untuk bekerja melebih target dan bisa memenuhi standar dari perusahaan.

4. *Controlling*

Menurut Bapak Purnamajaya pengontrolan sudah pasti dilakukan, untuk melakukan pengendalian pada bagian produksi perusahaan. Karena kontrol pada bagian produksi sangat menentukan kinerja dan reputasi perusahaan kedepannya. Bagian produksi menggunakan karu dan

wakaru untung memantau kinerja tiap operator. Serta ada bagian q*uality control* yang memantau setiap saat.

Pengontrolan dalam bagian produksi merupakan salah satu bagian yang penting untuk dilakukan dan diperhatikan. Karena bagian produksi merupakan salah satu bagian yang cukup penting dalam menentukan nama baik perusahaan, apabila produksi yang dihasilkan oleh perusahaan sesuai dengan keinginan pelanggan perusahaan, maka perusahaan memiliki nama yang baik dipasar yang ada. Evaluasi akan dilakukan terhadap bagian produksi setiap hari. *Quality control* bertugas untuk mengecek setiap operator kemudian membandingkan hasil kerjanya dengan standard yang ada. Pengontrolan yang teratur ini dapat mengurangi kinerja yang kurang baik oleh karywan bagian produksi. Proses pengontrolan yang dilakukan didalam perusahaan ini adalah pada kualitas produksi dan proses produksi pada perusahaan ini, apakah sudah sesuai dengan standar ataukah belum.

Dari blanko yang diberikan ke pada personalia, bagian personalia akan menghitung reward dan mengakumulasi nilai karyawan. Kontrol seperti ini berfungsi untuk selalu menjaga kualitas produksi dan kinerja dari setiap karyawan.

J. *Threat of New Entrants*

Analisis pertama yaitu pada ancaman pendatang baru. Adapun pertanyaan analisis eksternal bidang ini diberikan kepada pimpinan PT. Politama Pakindo dan kepala bagian yang terkait. Dalam pertanyaan yang diajukan tentang *Threat of New Entry*, ada beberapa indikator yang digunakan didalamnya, antara lain:

1. Skala Ekonomi

Berdasarkan informasi dari bapak bambang untuk meminimalisasikan biaya produksi, perusahaan memanfaatkan pembelian bahan baku dalam jumlah besar pada saat adanya lelang bahan baku dari supplier-supplier yang ada. Dengan demikian, perusahaan akan mendapatkan keuntungan tambahan dari selisih biaya bahan baku. Penyediaan bahan baku merupakan salah satu hal yang perlu diperhitungkan oleh pendatang baru karena bahan baku merupakan salah satu faktor yang akan mempengaruhi jumlah produksi dan penentuan harga penjualan. Oleh karena itu, pendatang baru akan sulit untuk mencapai skala ekonomi dengan cepat.

2. Kebutuhan Modal

Berdasarkan informasi yang diterima dari Bapak Bambang, bahwa modal yang dibutuhkan membuat sebuah pabrik plastik sangat besar, karena membutuhkan mesin-mesin besar dan biaya bahan baku plastik yang fluktuatif sehingga modal yang dibutuhkan mencapai ratusan miliar. Dengan melihat kebutuhan modal untuk membuka manufaktur ini sangat besar maka pendatang baru akan mengalami kesulitan untuk membuka manufaktur plastik dan kertas ini.

3. Diferensiasi Produk

Seperti yang dikatakan pimpinan pabrikbahwa untuk selama ini perusahaan hanya membuat barang sesuai job order dari pelanggan. Jadi bila pesanan pelanggan bisa perusahaan produksi akan diproduksi tetapi untuk produksi massal belum ada. Jadi memang dapat diketahui bahwa perusahaan ini selalu memproduksi barang sesuai dengan pesanan pelanggan yang disebut dengan pesanan khusus, tetapi untuk produksi yang utama diferensiasi terdapat pada ukuran terpal dan berat terpal. Dari hasil wawancara dengan pemilik diketahui bahwa perusahaan ini memiliki diferensiasi yaitu modifikasi desain sesuai dengan keinginan pelanggan. Dari wawancara, ternyata banyak pabrik plastik yang bangkrut karena kurangnya inovasi dan diferensiasi. Perusahaan selalu bergantung pada teknologi, jadi perusahaan rajin memperbaiki dan memperbarui mesin agak bisa selalu memberikan yang terbaik untuk pelanggan.

4. Akses terhadap Distribusi

Berdasarkan keterangan dari Bapak Purnamajaya untuk memperoleh akses distribusi, perusahaan harus memiliki hubungan baik dengan distributor atau dalam konteks perusahaan adalah pelanggan perusahaan yang menjual grosir. Jika tidak, perusahaan baru tidak akan mampu untuk memperoleh distributor yang dapat membantu penjualan produk mereka. Kebanyakan agen grosir seperti ini tidak mau]menjual barang yang tidak bermerk, dan berkualitas serta masih baru dikenal masyarakat. Oleh karena itu, pendatang baru perlu memikirkan dengan matang untuk menggunakan bantuan distributor atau agen saat masuk industri ini.

5. Kebijakan Pemerintah

Kenaikan tarif dasar listrik menyebabkan banyak perusahaan plastik mengalami masalah dalam produksi dan keungannya, sehingga membuat para pengusaha baru akan mengalami kesulitan. Selain tarif dasar listrik kebijakan yang memberatkan adalah kenaikan bea masuk yang akan mempengaruhi bahan baku. Fakta tersebut akan menjadi penghalang para kompetitor yang baru untuk masuk dalam industri ini**.**

6. Loyalitas konsumen

Seperti yang dikatakan bagian pemasaran, bahwa mayoritas pesanan datang dari pelanggan lama, pemerintah, dan beberapa pabrikan baru. Disini dapat disimpulan bahwa penghalang pendatang baru adalah mencari konsumen, karena konsumen mempunyai loyalitas yang besar pada perusahaan.

K. *The Intensity of Competitive Rivalry*

Untuk pertanyaan tentang daya saing dengan perusahaan rival ini, pertanyaan-pertanyaan wawancara kembali diberikan kepada pimpinan perusahaan. Dalam beberapa pertanyaan tentang *The Intensity of Competitive Rivalry*, ada beberapa indikator yang digunakan untuk menganalisisnya, antara lain:

1. Pertumbuhan Pesaing

Adapun pesaing perusahaan yang seperti dikatakan oleh manajer perusahaan bahwa Sumoplast adalah pesaing perusahaan yang terberat. Sumoplast ini berada di semarang dengan jangkauan pasar dalam negeri dan luar negeri. PT. Politama Pakindo selalu bersaing dengan Sumoplast pada saat tender. Karena dalam tender semua pesaing perusahaan akan memberikan harga yang sangat bersaing. Selain Sumoplast ada beberapa industri kecil yang menjadi pesaing PT. Politama Pakindo. Persaingan terasa ketat apalagi saat melakukan tender.

2. Posisi Industri

Berdasarkan keterangan dari Bapak Purnamajaya, walaupun terdapat persaingan yang ketat dalam industri terpal plastik terutama dengan Sumoplast. Perusahaan memiliki perbedaan dengan pesaingnya yaitu perusahaan dalam produk standar selalu memproduksi terpal ukuran tipis dan sedang. Sedangkan Sumoplast lebih bergerak dalam bidang terpal tebal. Melihat perbedaan ini perusahaan tidak akan berebut pangsa pasar dengan Sumoplast, karena sudah memiliki diferensiasi pasar.

3. Identitas Merek

Berdasarkan hasil wawancara, produk PT. Politama Pakindo ini lebih dikenal oleh masyarakat. Karena dalam kehidupan sehari-hari masyrakat cenderung lebih sering menggunakan terpal tipis dan sedang dibandingkan dengan terpal yang tebal. Hal ini menguntungkan perusahaan, karena secara tidak langsung produk perusahaan sudah memiliki brand image di masyarakat. Hal itu juga didukung banyaknya agen grosir yang menjual produk perusahaan.

4. Jumlah Pesaing

Melihat hasil wawancara, dari tiga informan hanya menyebutkan nama perusahaan sumoplast. Sumoplast merupakan pesaing yang sangat diperhitungkan oleh perusahaan. Sedangkan untuk jumlah pesaing, bapak Purnamajaya mengatakan bahwa pesaing dalam industri terpal lebih sedikit dibandingkan dengan industri produk plastik lainnya.

L. *The Power of Substitues*

1. Harga

Menurut hasil wawancara produk terpal plastic ini memiliki barang subtitusi yaitu deklit. Bahan deklit ini dipakai sebagai penutp truk agar barang bisa terlindung dari panas, hujan dan pencurian. Walaupun produk ini bisa menggantikan terpal, platik terpal masih menjadi barang utama karena harga yang murah dan lebih praktis dalam merawatnya. Bahan deklitpun ditinggalkan karena memiliki harga yang lebih mahal hingga mencapai lima kali lipat dari harga terpal. Walaupun produk pengganti ini memberikan ancaman bagi terpal, produk perusahaan memiliki kelebihan dengan harga yang lebih murah.

2. Kualitas

Berdasarkan hasil wawancara, kualitas produk pengganti hampir sama dengan terpal. Jadi perusahaan miliknya tidak perlu khawatir terhadap ancaman produk pengganti.

3. Keinginan Pembeli

Berdasarkan keterangan Bapak Daniel pembeli tertarik membeli produk pengganti karena walaupun harganya lebih mahal, tetapi deklit ini tidak mudah sobek. Walaupun begitu perusahaan tidak perlu khawatir karena sekarang para pembeli terutama perusahaan cenderung lebih memilih terpal plastic karena harganya yang murah dan praktis serta mudah ditemui.

4. Biaya Pengalihan

Berdasarkan keterangan Bapak Purnamajaya produk pengganti memiliki harga yang lebih mahal dari pada produk perusahaan sehingga untuk melakukan perpindahan untuk menggunakan produk pengganti, konsumen akan merasakan biaya pengalihan yang cukup terasa.

M. *The Power of Buyers*

1. Pangsa Pembeli Besar

Menurut bapak Bambang, pembeli dari produk perusahaan 60% berdasarkan pesanan khusus pelanggan, sedangkan sisanya adalah produk ukuran standar. Pesanan khusus ini berupa tender pemerintah seperti bulog maupun perusahan yang membutuhkan produk dalam jumlah yang besar. Walaupun 60% berdasarkan pesanan, 40% merupakan produksi perusahaan untuk agen-agen grosir. Perusahaan sudah mencapai pasar bukan hanya dalam negeri tetapi sampai ke luar negeri. Dan menurut informan permintaan produk tidak pernah sepi. Melihat hal itu, pangsa pasar yang ada masih sangat berpotensi untuk terus tumbuh.

2. Mutu Produk

Berdasarkan hasil wawancara, pembeli lebih tertarik kepada harga yang murah dibanding dengan kualitas produk. Oleh karena itu, mutu produk di dalam industri ini tidak terlalu penting bagi pembeli.

3. Banyak Produk Substitusi

Berdasarkan keterangan dari Bapak Purnamajaya, keinginan pembeli untuk berpindah kepada produk pengganti seperti terpal ke bahan deklit yang memiliki harga lebih mahal, kecil kemungkinannya untuk dilakukan. Sehingga bagi pembeli yang sudah terbiasa menggunakan terpal tidak akan mudah bealih ke produk substitusi. Oleh karena itu, banyaknya produk substitusi tidak terlalu memiliki pengaruh terhadap daya tawar pembeli.

4. Diferensiasi Produk

Berdasarkan keterangan Bapak Purnamajaya, pelanggan sensitif terhadap harga. Namun, dengan berbagai macam diferensiasi yang perusahaan bisa buat, membuat pelanggan memiliki nilai lebih dengan produk ini. Selain itu perusahaan perlu menetapkan harga yang sesuai dan menjalin hubungan baik dengan para pelanggannya dalam menghadapi daya tawar pembeli karena pelanggan merupakan raja.

5. Pembeli Memiliki Informasi Lengkap

Karena yang sering kali membeli adalah perusahaan besar serta tender dari pemerintah menyebabkan pembeli memiliki informasi mengenai harga dan kualitas yang ditawarkan oleh berbagai perusahaan. Tetapi selama ini perusahaan bisa mengatasi hal ini dengan mematok harga yang lebih murah tetapi dengan kualitas yang setara dengan produk pesaing-pesaingnya.

N. *The Power of Suppliers*

1. Diferensiasi Bahan Baku

Berdasarkan keterangan dari Bapak Bambang, bahan baku yang digunakan untuk pembuatan produk terpal dan karung semen ini susah didapatkan. Karena hanya beberapa Negara yang memiliki minyak bumi yang bisa menjual polipropilena. Harganya berfluktuatif mengikuti perkembangan minyak dunia untuk bahan baku terpal plastik.

2. Pemasok Didominasi oleh Beberapa Perusahaan

Berdasarkan keterangan dari Bapak Bambang, perusahaan tidak memiliki supplier tetap selama ini. Perusahaan menilai supplier sering kali mematok harga yang tinggi karena bahan mentah mereka tersedia terbatas. Perusahaan mengakali hal ini dengan pembelian berskala besar dari siapa saja supplier yang meberikan harga murah selama dalam range harga yang aman dan menguntungkan untuk perusahaan. Perusahaan memilih untuk menyetok bahan baku dari pada hanya mengandalkan supplier.

3. Produk Pemasok Merupakan Produk yang Penting Bagi Pembeli

Berdasarkan keterangan dari Bapak Bambang, bahan baku yang didapat dari para pemasok merupakan bahan yang penting namun mudah didapatkan. Karena setiap tahunnya atau beberapa periode pasti akan ada negara atau supplier yang melelang bahan baku mentah tersebut. Karena sebenarnya Polipropilena adalah ampas dari minyak bumi yang disuling untuk dijadikan bahan bakar, sehingga perusahaan minyak atau supplier tersebut tidak membutuhkan polipropilena melelangnya. Melihat ini, kekuatan supplier dalam perusahaan memiliki kendali yang sangat besar. Karena PT. Politama ini tidak memiki supplier yang tetap untuk memasok. Semua bergantung kepada supplier mana yang bisa memberikan harga yang rendah, perusahaan membeli dari mereka.

O. Analisis SWOT

Dalam analisis SWOT ini, ada empat unsur yang akan dianalisis, yaitu *Strength, Weakness, Opportunities*, dan *Threats*. Dari keempat unsur tersebut akan dapat diketahui strategi apa yang dapat digunakan oleh PT. Politama Pakindo mengembangkan usaha bisnisnya menjadi lebih baik dan mencapai tujuan perusahaan yang telah ditentukan. Berikut ini adalah gambar analisis SWOT dan matriks SWOT. Berikut ini adalah hasil analisis SWOT yang di gambarkan dengan matriks SWOT

Gambar 4. Matriks SWOT PT. Politama Pakindo

Internal / Eksternal	Strength (S) 1. Memiliki keunggulan harga yang lebih rendah daripada pesaing. 2. Pelanggan lama sudah loyal kepada perusahaan. 3. Memiliki beberapa kantor pemasaran di jakarta dan surabaya.	Weakness (W) 1. Harga bahan baku yang berfluktuatif 2. Tarif dasar listrik yang naik 3. Permasalahan SDM masih banyak yang belum memiliki loyalitas terhadap perusahaan. 4. Tidak mempunyai supplier tetap.
Opportunities (O)\ 1. Pertumbuhan penggunaan plastik yang tahun demi tahun meningkat. 2. Produk terpal plastik, karung beras, dan karung semen ini sangat dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan yang terkait. 3. Pengaruh barang subtitusi yang tidak ada..	Strategi SO 1. Pengembangan wilayah baru. (S1, S2,S3,S4,O1,O2,O3) 2. Mempertahankan kualitas dan selalu memperbaiki pelayanan. (S1,S2,S3,O1,O2) 3. Meningkatkan kapasitas produksi (S3,S4,O1,O2,O3)	Strategi WO 1. Merekrut karyawan yang bertanggung jawab (W3,O1,O2,O3); 2. Meingkatkan kedisiplinan karyawan (W3,O1,O2)
Threats (T) 1. Banyaknya perusahaan pendatang baru 2. Banyak perusahaan yang mengembangankan pelayanan dan pemasaran yang gencar. 3. Perusahaan saingan memiliki supplier yang tetap	Strategi ST 1. Membina hubungan yang baik dengan pelanggan (S1,S2,S3,T1,T2) 2. Mengembangkan kantor pemasaran di indonesia bagian timur. (S1,S4,T1,T2)	Strategi WT 1. Mencari pemasok tetap dan membangun hubungan yang baik (W1,W4,T1,T3)

Dari Gambar di atas ada beberapa alternatif strategi yang ada yaitu:

1. Pengembangan wilayah baru (S1, S2,S3,S4,O1,O2,O3)

Hal ini disebabkan oleh keunggulan perusahaan yang mana mempunyai pelayanan yang bagus, kualitas yang baik, kantor pemasaran yang ada di pulau jawa, hubungan dengan pembeli dan perluasan pemasaran atas keinginan pembeli.

2. Mempertahankan kualitas dan selalu memperbaiki pelayanan. (S1,S2,S3,O1,O2)

Dengan mempunyai kualitas unggulan perusahaan dan mempunyai hubungan dengan konsumen serta berdasarkan peluang peluang yang ada, perusahaan harus selalu mempertahankan pelanggan dengan perbaikan terus menerus pada kualitas dan pelayanan

3. Peningkatan kapasitas produksi (S3,S4,O1,O2,O3)

Karena perusahaan sudah mempunyai pelanggan yang banyak dan loyal serta permintaan order selalu bertambah, pemerintah bisa mecoba untuk menamabah kapasitas produk. Dengan adanya penambahan kapasitas, perusahaan dapat memasok produk ke pasar baru.

4. Merekrut karyawan yang bertanggung jawab (W3,O1,O2,O3)

Karyawan dalam perusahaan masih banyak yang mangkir membuat perushaan harus bisa merekurt calon karyawan yang benar-benar ingin bekerja dan loyal terhadap perusahaan.

5. Meningkatkan kedisiplinan karyawan (W3,O1,O2)

Melihat banyaknya karyawan yang masih mangkir, perusahaan bisa meningkatkan disiplin karyawan dengan bertindak tegas kepada karyawan dan memberikan punishment agar para karyawan bisa memperbaiki produktivitas kerjanya.

6. Membina hubungan yang baik dengan pelanggan (S1,S2,S3,T1,T2)

Dengan melihat kekuatan yang dimilik perusahaan antara lain pelayanan yang bagus dan mempunyai hubungan yang baik dengan konsumen. Maka alternatif strategi adalah meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan agar dapat menarik pelanggan baru

7. Mengembangkan kantor pemasaran di Indonesia bagian timur. (S1,S4,T1,T2)

Melihat banyak pesaing yang mulai gencar mencari konsumen, perusahaan bisa mengimbangi persaingan dengan membuka kantor pemasaran di kota-kota lain seperti indonesia bagian timur.

8. Mencari pemasok tetap dan membangun hubungan yang baik (W1,W4,T1,T3)

Harga bahan baku plastik ni cenderung berfluktuatif dan perusahaan tidak memiliki pemasok yang tetap menyebabkan perusahaan bisa kesulitan mendapatkan bahan baku saat harga sedang tiggi atau pasokan berkurang. Padahal permintaan akan terpal tidak pernah berhenti. Oleh karena itu perusahaan membina hubungan yang baik dengan pemasok agar tetap bisa mendapatkan harga yang rendah tetapi juga pasokan yang tetap. Tidak adanya supplier tetap dalam perusahaan merupakan kelemahan dari perusahaan yang bisa dimanfaatkan oleh pesaingnya. Melihat hal itu perusahaan bisa mengantisipasi dengan memiliki pemasok dan berhubungan baik dengan supplier itu sehingga perusahaan memiliki cadangan bila suatu saat kekurangan pasokan.

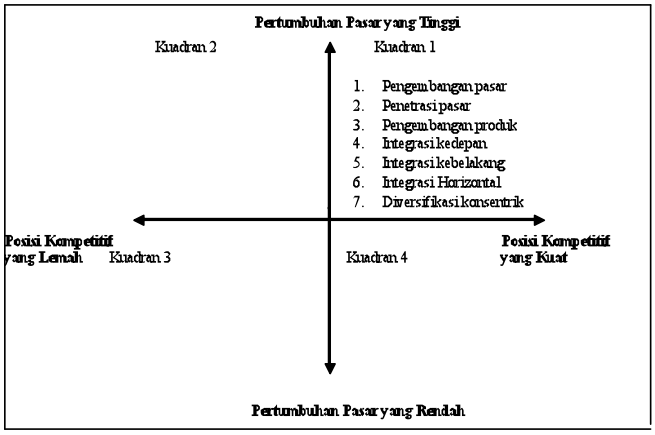
P. Matriks *Grand Strategy*

Peneliti menyarakan adanya fokus strategi demi pengembangan perusahaan selanjutanbya memakai grand matrix strategi. Matriks *Grand Strategy* ini dianalisis dengan menggunakan indikator yakni pertumbuhan pasar dan posisi kompetitif. Pertumbuhan pasar dikatakan tinggi bila melebihi 5% pertahunnya. Sedangkan posisi kompetitif dikatakan kuat apabila:

1. Tidak memiliki persaingan yang dapat mendominasi pasar.
2. Memiliki pangsa pasar yang cukup signifikan.
3. Memiliki sekurang-kurangnya produk yang unggul dalam pangsa pasar.
4. Memiliki pangsa pasar yang terus meningkat
5. Memiliki pasar yang sangat kompetitif.
6. Memiliki posisi yang dilindungi, seperti perlindungan oleh undang-undang anti monopoli.

Dari kriteria di atas PT. Politama Pakindo termasuk dalam kuadran 1 yaitu memiliki pertumbuhan pasar yang kuat dan posisi kompetitif yang kuat. Pertumbuhan pasar untuk sector plastic mencapai 8% pertahun. Sedangkan posisi komnpetitif terlihat karena tidak ada perusahaan yang memonopoli, kemudia memiliki pangsa pasar yang terus meningkat, kemudian ada peraturan pemerintah yang tidak mengijinkan adanya monopoli. Dengan analisis diatas dapat disimpulkan PT. Politama Pakindo menggunakan strategi pengembangan pasar yang cocok dengan kondisi perusahaan. Berikut ini adalah hasil analisis grand strategi yang diilustrasikan dengan gambar Matriks grand strategi

Gambar 5. Matriks Grand Strategi PT. Politama Pakindo



Pengembangan pasar yang ada disini adalah perluasan wilayah distribusi perusahaan yang meliputi wilayah baru selain itu perusahaan juga dapat membuka kantor cabang pada beberapa wilayah jalur pendistribusian. Perusahaan disini dapat mengembangkan wilayah pendistribusian baru yakni wilayah indonesia bagian timur, karena perusahaan telah memiliki 3 kantor pemasaran di pulau jawa dan menerut peneliti, perusahaan bisa mengembangkan pemasaran baru di Indonesia bagian timur seperti Makassar. Peneliti menyarankan di makasar karena perekonomian di Indonesia bagian timur terutama di Makassar sangat maju dengan pesat, sehingga akan menjadi pasar yang potensial untuk PT. Politama Pakindo mengembangkan pemasarannya

Q. Rencana Pengembangan Usaha pada Aspek Sumber Daya Manusia

Dengan adanya formulasi strategi yang telah dirumuskan maka pengembangan usaha dalam bidang sumber daya manusia adalah

Strategi Perusahaan

Perusahaan menggunakan pengembangan pasar dikarenakan perusahaan sudah memiliki jangkauan yang luas di Indonesia maupun untuk pasar luar negeri. Peneliti memberikan starategi agar perusahaan bisa membuka kantor cabang di indonesia bagian tengah dan timur untuk bisa memenuhi kebutuhan pasar dalam negeri. Karena kebutuhan domestik sekarang ini masih kekurangan pasokan, dan hal itu bisa menjadi peluang perusahaan untuk membuka kantor pemasaran di sana. Melihat perkembangan perekonomian di daerah timur seperti Makassar dapat menjadi pangsa pasar yang baru untuk perusahaan. Selain pembukaan kantor pemasaran di kota lain, perusahaan harus menambah kapasitas produksi untuk dapat memenuhi permintaan pembeli. Dan untuk membantu dalam pemasaran penilit menyarankan agar perusahaan bisa bergabung dengan forum-forum perusahaan dan supplier yang ada di internet. Penggunaan internet berperan besar karena selain memakai biaya iklan yang minim jangkauan pasar bisa dalam negeri maupun luar negeri. Forum yang disarankan adalah alibaba.com

Tujuan Divisi Sumber Daya Manusia

Dalam mencapai tujuan jangka panjang perusahaan adapun cara yang dilakukan perusahaan dalam bidang sumber daya manusia. Tujuan tahunan divisi sumber daya manusia ini sendiri sangat membantu dan memacu keberhasilan perusahaan dalam mengembangkan strategi perusahaan. Berikut ada beberapa tujuan utama dari divisi sumber daya manusia:

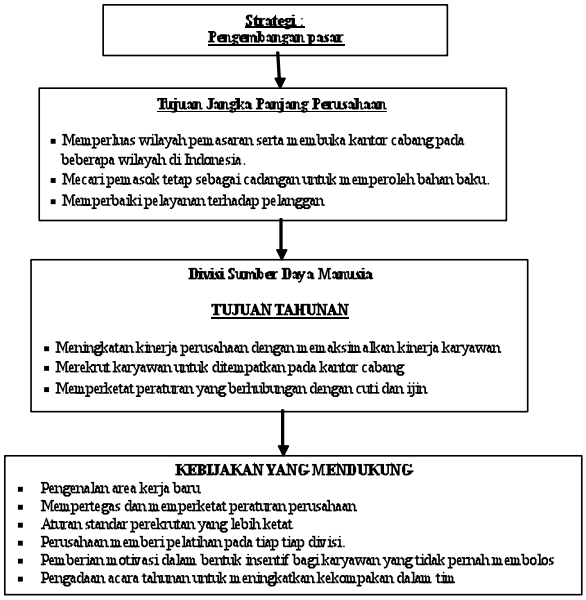
1. Meningkatan kinerja perusahaan dengan memaksimalkan kinerja karyawan.
2. Merekrut karyawan untuk ditempatkan pada kantor cabang.
3. Memperketat peraturan yang berhubungan dengan cuti dan ijin agar tidak ada lagi karyawan yang menganggap remeh untuk masalah perijianan dan cuti.

Kebijakan yang mendukung:

1. Pengenalan area kerja baru. Karena perusahaan akan membuka pasar baru, perusahaan ahrus menegetahui lokasi dan are kerja di kota tersebut. Dengan mngenal area kerja yang baru, perusahaan bisa menentukan apa saja kebijakan atau peraturan yang akan dipakai nantinya.
2. Mempertegas dan memperketat peraturan perusahaan yang meliputi tanggung jawab karyawan, penyelesaian kerja, ketepatan penyelesaian kerja. Disini kepala personalia ini harus mengevaluasi karyawan secara ketat yang meliputi tiga hal tersebut.
3. Aturan standar perekrutan yang lebih ketat. Membuat standart perekrutan yang lebih ketat, agar karyawan yang dibutuhkan oleh perusahaan sesuai dengan kemampuan karyawan yang direkrut. Standart perekrutan yang dibuat antara lain umur minimal 22 dan maksimal 35 tahun, untuk karyawan dalam kantor minimal mempunyai lulusan S1 dan mempunyai minimal IPK 2,75, dan dapat bekerja dibawah utusan atasan dan mempunyai pengalaman kerja bidang pemasaran minimal 1tahun. calon karyawan harus mempunyai keahlian untuk memasarkan dengan cara memberi pelayanan yang ramah dan selalu sigap menghadapi konsumen.
4. Pemberian motivasi dalam bentuk insentif bagi karyawan yang tidak pernah membolos. Pemberian motivasi pada karyawan yang berbentuk insentif bagi karyawan yang tidak pernah membolos. Jika karyawan tidak pernah membolos maka perusahaan berhak memberi insentif, ini semua digunakan agar karyawan mempunyai semangat kerja yang tinggi. Insentif yang diberikan perusahaan ini dapat berupa *reward* tiap bulannya. Pada umumunya karyawan akan selalu semangat kerja jika ada pemberian insentif yang merupakan bonus atas kerja kerasnya.
5. Pengadaan acara tahunan untuk meningkatkan kekompakan dalam tim. Pengadaaan acara seperti camping, touring, untuk membuat para karyawan saling mengenal lebih dekat yang bertujuan lebih kompak ke depannya.

Berikut ini adalah gambar tujuan jangka panjang PT. Politama Pakindo yang merupakan hasil analisis dari penulis.

Gambar 6. Tujuan jangka panjang PT. Politama Pakindo Pada Aspek Sumber Daya Manusia.



R. Kesimpulan

Dari hasil penelitian, penganalisaan serta pembahasan yang telah dilakukan peneliti maka ada beberapa hal yang dapat disimpulkan:

1) Pengelolaan perusahaan keluarga yang meliputi *planning, organizing actuating,* dan *controlling* sudah ada dan berjalan dengan baik pada setiap fungsi bisnis yaitu keuangan dan akuntansi, sumber daya manusia, pemasaran serta produksi tetapi masih ada permasalahan dalam bidang sumber daya manusia yaitu kurang ketatnya sistem peraturan cuti dan absen perusahaan.
2) Dengan melihat lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan dan dianalisis melalui analisis SWOT, maka perusahaan mempunyai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dijabarkan sebagai berikut. Kekuatan perusahaan memiliki keunggulan harga, pelayanan, pelanggan lama sudah loyal terhadap perusahaan, mempunyai hubungan baik dengan konsumen. Sedangkan pada kelemahan adalah dengan adanya permasalahan SDM yang meliputi masih banyak ketidakdisiplinan dari karyawan. Beberapa peluang antara lain tidak adanya jasa substitusi dan pertumbuhan penggunaan plastik yang tahun demi tahun meningkat, produk terpal plastik, karung beras, dan karung semen ini sangat dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan yang terkait, sehingga memberikan peluang kepada perusahaan.
3) Selain itu ada beberapa ancaman PT. Politama Pakindo ini antara lain banyak perusahaan yang mengembangkan pelayanan dan pemasaran yang gencar, dan perusahaan saingan memiliki supplier yang tetap. Dengan adanya supplier yang tetap perusahaan tidak perlu mengkhawatirkan kekurangan pasokan bahan baku.
4) Rencana pengembangan bisnis melalui pengembangan pasar yang selanjutnya dengan bagian sumber daya manusia yang diperlukan yakni sistem peraturan cuti dan ijin karyawan yang lebih ketat, merekrut karyawan untuk ditempatkan pada kantor cabang, dan memperketat peraturan yang berhubungan dengan cuti dan ijin agar tidak ada lagi karyawan yang menganggap remeh untuk masalah perijianan dan cuti.
5) Peranan keluarga dari PT. Politama Pakindo ini termasuk kategori FOE (*Family Owner Enterprise*), dimana Perusahaan yang dimiliki oleh keluarga dikelola oleh eksekutif professional yang berasal dari luar lingkaran keluarga. Dalam pembagian peran ini, anggota keluarga dapat mengoptimalkan diri dalam fungsi pengawasan. Adapun tujuan anggota keluarga hanya sebagai pemilik dan semua jabatan diberikan pada profesional adalah agar tidak ada campur tangan urusan keluarga dalam perusahaan sehingga bisa lebih profesional.

S. Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, penulis ingin memberikan saran pada PT. Politama Pakindo ini untuk dapat mengembangkan bisnisnya:

1) PT. Politama Pakindo sebaiknya mengembangkan pasar wilayah distribusi. Melihat potensi pasar yang terus bertumbuh dan tidak ada barang subtitusi, membuat perusahaan memiliki peluang untuk mengembangkan wilayah distribunya. Perusahaan juga dapat membuat kantor cabang pada beberapa wilayah indonesia bagian timur seperti Makasar untuk menjangkau pasar Indonesia yang lebih luas.
2) PT. Politama Pakindo ini sebaiknya mempertegas dan memperketat peraturan perusahaan seperti cuti dan absensi agar para karyawan bisa lebih giat dan optimal dalam partisipasi di perusahaan dengan cara menegaskan hukuman yang didapat oleh karyawan yang mangkir dan harus selalu konsisten.
3) Merekrut karyawan yang sesuai dengan kompetensi yang dibutuhkan perusahaan. Bukan hanya berdasarkan kenalan atau mencari dari dalam. Untuk bagian operasional minimal harus tamat S1, dan berpengalaman dalam bidangnya.

DAFTAR PUSTAKA

(2010, May 10). Produksi Polipropilena Normal Juni. Retrieved September 3, 2012, from http:/www.kemenperin.go.id/artikel/1013/produksi-polipropilena-normal-juni

Azwar, Saiffudin. (2005). *Metode Penelitian.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

David, F. R. (2009). *Management Strategis Konsep (D. Sunardu, Trans)*. Jakarta: Salemba empat

Dessler, Gary. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia Jilid 1*. Jakarta: Indeks.

Hasibuan, Malayu S.P. (2011). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.

Industri Plastik Desak Bea Masuk Bahan Baku Dihapuskan. Retrieved September 3, 2012, from http://www.kemenperin.go.id/artikel/1289/Industri-plastik-desak-bea-masuk-bahan-baku-dihapuskan--

Iwan. (2012, january 10). Sepanjang 2012, Konsumsi Plastik diprediksi Bakal Tumbuh 8%. Retrieved September 3, 2012, from http://www.neraca.co.id/2012/01/10/sepanjang-2012-konsumsi-plastik-diprediksi-bakal-tumbuh-8/

Kuncoro, Mudrajad. (2003). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi.* Jakarta: Erlangga.

Moleong, L. J. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif (edisi revisi)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Rivai, Veithzal dan Sagala, Ella Jauvani. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan. Jakarta: Rajawali Press.*

Robbins dan Coulter. (2007). *Management ninth edition.* New Jersey: Pearson educatin, Inc.

Siswanto, H.B. (2011). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.

Solihin, Ismail. (2009). *Pengantar Manajemen.* Jakarta: Erlangga.

ST. (2012, January 25). Peluang Industri Plastik Besar. Retrieved September 3, 2012, From http://www.businessnews.co.id/ekonomi-bisnis/peluang-industri-plastik-besar.php

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Susanto, A. B., Wijanarko, Himawan, Susanto, Patricia., & Mertosono Suwahjuhadi. (2007). *Family Business*. Jakarta: The Jakarta Consulting Group.

Sutrisno, Edy. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Prenada Group.