

BAB II

GAMBARAN UMUM CV AMARTA *FURTINURE*

A. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan

Perusahaan CV Amarta *Furtinure* adalah salah satu perusahaan multinasional yang mengespor produk-produknya lebih dari 20 tahun ke berbagai negara. Perusahaan CV Amarta *furtinure* memiliki filosofi sebagai dasar perusahaan yaitu air kehidupan yang di ambil dari kata amarta. Air kehidupan yang mengalir untuk memberikan manfaat kemasyarakat luas dan mensejahterakan dilingkungan sekitar dengan cara memperdayakan potensi sumber daya manusia untuk berkembang, berkreasi dan menumbuhkan kreatifitas (mujiyana, 2016)

CV Amarta *Furtinure* adalah badan usaha milik swasta yang bergerak di bidang mebel atau *furtinure* yang beralamatkan di jalan wates KM 3,5 desa Gapreh RT 01 RW 03 Kasihan Bantul Yogyakarta serta memiliki satu *showroom* yang beralamatkan lengkap di Jl. Raya Kasongan Beton Tirtonirmolo Kasihan Bantul Yogyakarta.

CV Amarta didirikan pada tahun 1995 di desa Gapreh. CV Amarta memasuki pasar internasional pertama kali pada tahun 1996 yaitu di negara Amerika serta CV Amarta berhasil melewati krisis 1997-1998. Krisis ini terjadi karena ketidaktepatan kebijakan pemerintah serta kegagalan sistem ekonomi dunia pada saat itu yaitu sistem ekonomi kapitalism yang menghancurkan perusahaan

perusahaan multinasional serta berdampak memburuknya perekonomian Amerika serta negara-negara barat lainnya seperti Indonesia (Tarmidi, 1998).

B. Tujuan dan Peranan Perusahaan

Setiap perusahaan multinasional pasti memiliki tujuan atau motivasi yang sangat besar untuk berdiri dan mengembangkan strategi-strategi untuk memasuki pasar internasional. Tujuan dan peran CV Amarta antara lain tujuan yang hendak dicapai oleh CV Amarta *furniture* adalah seperti visi berdirinya yaitu menjadi penghidupan atau sumber mata pencarian masyarakat sekitar dan tujuan lainnya adalah memperkenalkan Indonesia di Eropa dengan cara mempromosikan produk-produk mebel buatan Indonesia khusus produk dari CV Amarta *Furniture*, membantu pemerintah dalam menyesuaikan pembangunan ekonomi baik regional maupun internasional, menambah pemasukan devisa (mujiyana, 2016)

Pada bidang pendidikan juga berpartisipasi, diantaranya: Dengan adanya sistem ganda (dual system), perusahaan memberikan kesempatan bagi para pelajar untuk magang di perusahaan dan memberikan kesempatan bagi para pelajar atau mahasiswa untuk mengadakan penelitian dan riset di perusahaan, memberikan pelatihan dalam pembuatan kerajinan dari bahan kayu khususnya.

C. Bidang Usaha

CV Amarta bergerak dalam sektor *furniture*/mebel dan Produk- produk unik lainnya yang berbahan dasar dari kayu. Produk-produk CV Amarta antara lain *Garden Furniture*, *Handycraft* (kerajinan tangan), *Recycle Wood* (kayu daur

ulang), *Teak Woodm(kayu jati)*, *Seawood* (mujiyana, 2016). Adapun gambar produk-produk CV Amarta terlampir.

D. Proses Produksi

Proses produksi ini merupakan mata rantai, sehingga kelancaran suatu proses pada salah satu bagian akan sangat mempengaruhi proses produksi di bagian yang lain. Perencanaan produksi dilaksanakan secara terpadu dan terkoordinir oleh departemen terkait.

Produksi akhir selalu diawasi secara ketat, yang lolos dari seleksi merupakan produk yang baik. Produk yang diklasifikasikan cacat, segera dipisah dan diadakan perbaikan agar tingkat cacatnya tidak berat atau mungkin diperbaiki agar dapat dikategorikan menjadi produk baik.

Adapun bahan-bahan baku untuk memproduksi barang-barang CV Amarta membeli dari Jawa seperti dari Surabaya dan Malang karena dari daerah tersebutlah bahan baku untuk produk-produk unik didapat.

E. Pemasaran

Saat ini telah mengekspor 80% dari semua hasil produksi mereka, sedangkan 20% hasil produksi perusahaan untuk memasok kebutuhan dalam negeri. Pada tahun 2011 CV Amarta mengekspor 69.145,50 kodi dan tahun 2012 sebesar 98.532,20 kodi, nilai ekspor tersebut kedepannya bisa bertambah dan juga berkurang, hal tersebut sangat memungkinkan mengingat bahwa akan banyak pesaing yang memiliki kesempatan yang sama dan juga seakin kerasnya persaingan yang terjadi di dalam perdagangan internasional. Dengan

menggunakan alat tenun bukan mesin yang selalu diperbaharui dan juga dengan 50 karyawannya berusaha untuk mencukupi kebutuhan dalam negeri dan luar negeri, adapun di dalam negeri seperti : Jawa dan Sumatera . Dalam proses pemasaran ke luar negeri CV Amarta menggunakan jalur laut sehingga semua produk dari yang berada di Yogyakarta didistribusikan ke kantor yang berlokasi di Yogyakarta dan kemudian dikirim ke aktor-aktor yang beraliansi, dari aliansi tersebut kemudian didistribusikan kepada para konsumen. Pemilihan jalur laut dilakukan perusahaan karena melalui jalur laut perusahaan dapat mengirim produk dalam skala besar, biaya lebih murah dibandingkan dengan pendistribusian lewat udara maupun darat. Dalam pendistribusian Pismatex menjamin bahwa produk dalam keadaan baik, menjamin bahwa sampai pada pelabuhan Negara tujuan sesuai dengan waktu yang telah disepakati.

Berlakunya ASEAN-China Free Trade Area (ACFTA) maka bagi Pismatex ini merupakan suatu kesempatan dan juga ancaman. Kesempatannya perusahaan dapat memperluas pasar ke China yang notabene Negara dengan jumlah penduduk terbanyak di dunia sedangkan ancaman yang ada yakni semua aktor punya peluang yang sama untuk bersaing dalam FTA dan adanya Ekspansi pasar China yang masuk secara masal ke Indonesia maupun ke ASEAN sehingga dapat terganggunya pangsa pasar Pismatex di dalam negeri dan Negara-negara ASEAN. Berdasarkan peluang dan ancaman yang ada, maka Pismatex juga harus mengambil langkah-langkah agar nilai jual dan daya saing perusahaan tidak kalah dengan para aktor lainnya sehingga momentum ini bisa

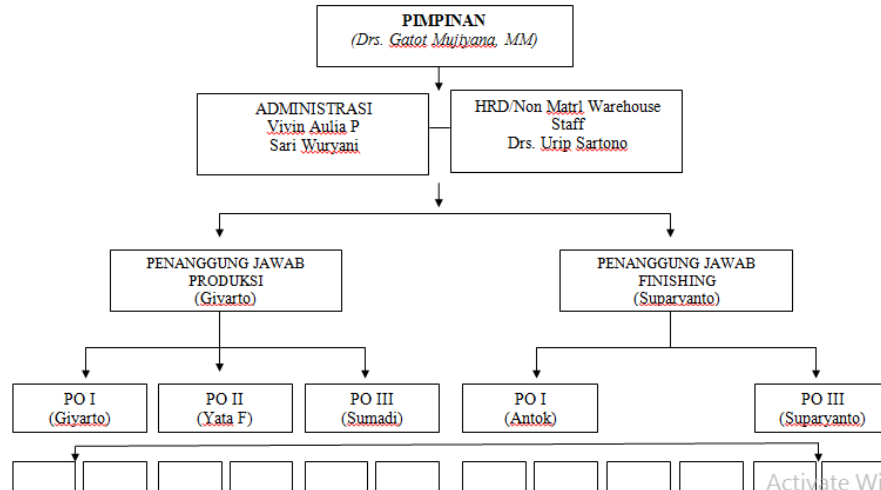
menjadi sebuah langkah agar CV Amarta tetap bertahan bahkan berupaya untuk menguasai Free Trade Area ini.

F. Struktur Organisasi

Mengelolah sumber daya manusia SDM dalam adad 21 merupakan hal yang penting dalam agenda bisnis internasional. CEO yang berhasil adalah mereka yang mampu melihat SDM sebagai asset yang khusus dikelolah sesuai dengan kebutuhan bisnis,. Hal ini akan membuat perusahaan menjadi lebih kompetitif. Mereka memahami bahwa mengambungkan SDM dengan *trend* pergerakan bisnis yang ada dapat memakan waktu bertahun-tahun. Jadi mereka berusaha mengarahkan asset SDM ereka lebih sesuai dengan kebutuhan bisnis dalam waktu dekat. (E.Jackson, 1997)

Kesuksesan dalam bisnis internasional ditentukan juga oleh faktor dari SDM. Semakin SDM nya unggul maka pendapatan suatu perusahaan juga akan meningkat, Oleh karena itu CV Amarta sangat memperhatikan SDM serta struktur organisasi dalam perusahaanya (mujiyana, 2016)

**STRUKTUR ORGANISASI KARYAWAN
AMARTA FURNITURE
(Periode 2016-2017)**



Job Description :

1. Penanggung Jawab.

Pimpinan perusahaan, melakukan koordinasi, bertanggung jawab penuh kepada perusahaan, membawahi divisi divisi yang ada. Pengambil keputusan.

2. Administrasi

Administrasi melakukan pembukuan pencatatan sederhana, laporan penjualan, harian, bulanan, serta tahunan. Neraca Rugi laba, pajak PPN, PPH, Pajak Tahunan, serta inventori barang.

3. HRD & Non Material Warehouse Staff

Recruitmen, seleksi, & menangani segala sesuatu yang berhubungan dengan karyawan. Melakukan kontrol *stock* barang-barang keperluan Pabrik, Bertanggung jawab atas keluar masuknya barang- barang keperluan perusahaan,

4. Marketing

Meliputi kegiatan pemasaran berupa promosi seperti pengadaan brosur, iklan, aktif mengikuti kegiatan pameran pameran, mempergunakan fasilitas Internet website dan email. Handle buyer dan

5. Divisi produksi

Melakukan proses produksi terhitung pembekalan dan persiapan material, penggajian, mesin dan gaji tangan pembuat mebel memotong, membentuk, merakit, membangun, memelihara dan memperbaiki dan mengemas berbagai jenis struktur yang terbuat dari kayu dan bahan-bahan lainnya sehingga menjadi barang seperti almari, meja, kursi, dan lain sebagainya. Penanggung jawab divisi produksi ditunjuk 1 orang membawahi 3 kelompok produksi.

6. Divisi Finishing

Meliputi pengamplasan, menggunakan amplas mesin, kemudian amplas halus manual, ada yang pelapisan dengan material sesuai permintaan, baik itu sherlak, maupun wax, dan melamine. penanggung jawab finishing terdiri dari 1 orang membawahi 2 kelompok finishing, yaitu bahan selep dan pengamplasan dan pewarnaan.

G. Kendala Internal di Dalam Perusahaan CV Amarta

Perusahaan yang tidak mengikuti perkembangan jalan akan mengalami kegagalan banyak contoh perusahaan multinasional yang mengalami hal tersebut

seperti perusahaan Nokia. Perusahaan dalam bidang *hanphone* atau alat komunikasi itu pada zamannya adalah perusahaan yang sangat menguasai pasar tetapi perusahaan Nokia hanya puas dengan apa yang di dapat dan menolak perubahan zaman. Perusahaan nokia tidak mempercayai aplikasi Android sebagai era baru dalam pasar *handphone* sehingga omset atau pendapatan perusahaan nokia mengalami penurunan dan tidak bisa bersaing di pasar internasional.

Perubahan zaman juga harus merubah strategi CEO perusahaan dalam menentukan kebijakan dengan perubahan ini diharapkan mampu untuk bertahan di dalam persaingan pasar global. Dan salah satu Poin penting untuk mampu bersaing di abad 21 ini adalah dengan mengelolah sumber daya manusia. Sumber daya manusia yang baik akan menentukan kinerja yang efektif (tjahjono, 2009) CV Amarta selalu mengikuti perubahan zaman hal ini dilihat dari selalu perubah arah pasar seperti pada merubah ekspor yang pertama kali dilakukan di Amerika kemudia mengembangkan di Eropa serta Asia. Tetapi sumber daya manusia masih jauh dari yang diharapkan.

Menurut pimpinan CV Amarta bapak sumarno kendala yang paling berarti pada sekarang ini adalah tentang sumber daya manusia dan teknologi untuk proses pembuatan barang-barang untuk lebih cepat. Karena produk-produk andalan CV Amarta adalah produk atau barang unik maka membutuhkan kreatifitas yang mumpuni untuk proses pembuatan sehingga memerlukan waktu yang cukup lama dalam pengerjaanya. Sumber daya manusia dalam proses pembuatan produk menurut bapak sumarno ada 50 karyawan hal tersebut dinilai sangat sedikit dengan jumlah permintaan yang sangat banyak. Dan teknologi

yang cukup sederhana juga membuat pekerjaan menjadi lama dan kurang efektif. Walaupun CV Amarta mengakui hal itu tetapi dalam satu tahun juga CV Amarta melakukan *workshop* untuk umum dan untuk menambah kreatifitas karyawannya. CV Amarta juga harus mempraktikan *high leverage training* atau pelatihan untuk meraih keunggulan. Dengan terus menginovasi produk-produk, sebagai upaya menciptakan modal intelektual dan ketrampilan (tjahjono, 2009)