

**STRATEGI MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA  
AKSESORIS BERBUDAYA MELALUI RESIN  
(ABERASI)**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**MUHAMMAD AJI SEPTIAN**

**NPM: 17.832.0196**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN**

**2021**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 27/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)27/12/21

**STRATEGI MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA  
AKSESORIS BERBUDAYA MELALUI RESIN  
(ABERASI)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area

Oleh:

**MUHAMMAD AJI SEPTIAN**

**17.832.0196**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2021**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 27/12/21

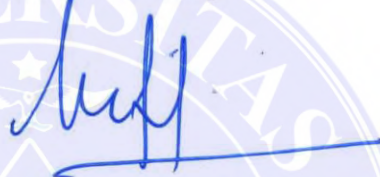
Access From (repository.uma.ac.id)27/12/21

**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul Skripsi : Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Aksesoris Berbudaya Melalui Resin (ABERASI).  
Nama : **MUHAMMAD AJI SEPTIAN**  
NPM : 17.832.0196  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing



**(Ir. M. Yamin Siregar, MM)**

Pembimbing

Mengetahui :

  
**(Dr. Ihsan Effendi, SE., M.Si)**  
Dekan

**(Wan Rizca Amelia, SE., M.Si)**

Ka. Prodi Manajemen

Tanggal/Bulan/Tahun Lulus : 24/Juni/2021

## HALAMAN PERNYATAAN ORIGINILITAS


---

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dan berjudul **"Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Aksesoris Berbudaya Melalui Resin (ABERASI)"**, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan judul yang dimaksud belum pernah dimuat, dipublikasikan, atau diteliti oleh mahasiswa lain dalam konteks penulisan skripsi untuk program S-1 Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 24 Juni 2021

Yang Membuat Pernyataan,

  
**Muhammad Aji Septian**  
NPM. 17.832.0196

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Aji Septian  
NPM : 17.832.0196  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty- Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Aksesoris Berbudaya Melalui Resin (ABERASI)**". Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada Tanggal : 24 Juni 2021

Yang menyatakan,

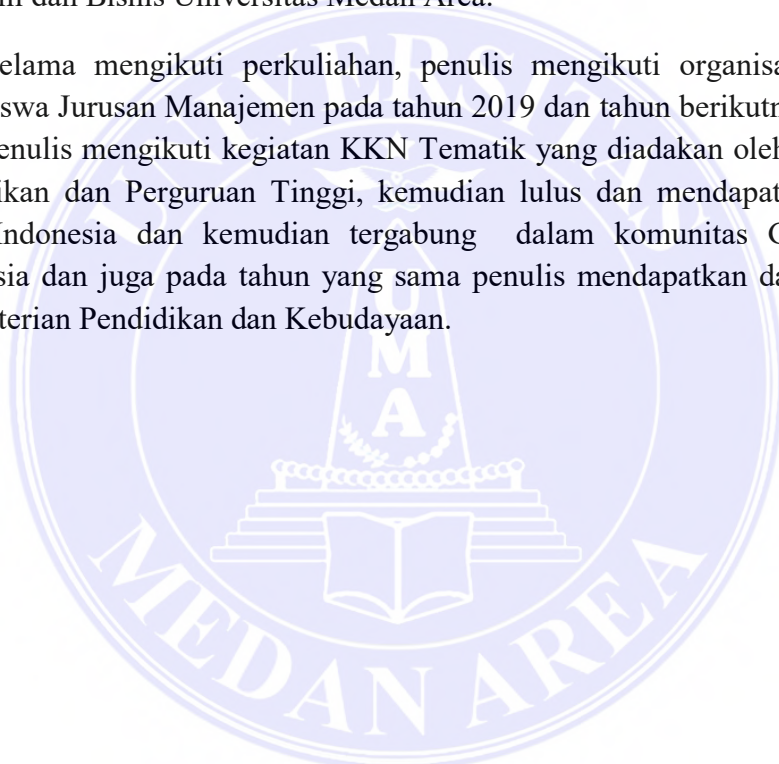
  
**Muhammad Aji Septian**  
NPM. 17.832.0196

## RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Tanjung Morawa pada tanggal 13 September 1998 dari ayah Syafrial dan ibu Sri Yani. Penulis merupakan anak ke-dua dari empat bersaudara.

Tahun 2011 penulis lulus dari SDN 107417 Desa Sei Merah Kecamatan Tanjung Morawa dan masuk SMPN 1 Tanjung Morawa Kecamatan Tanjung Morawa. Pada tahun 2014 penulis masuk SMK Perhotelan Cipta Karya Medan. Tahun 2017 penulis lulus dari Sekolah Menengah Kejuruan Perhotelan Cipta Karya dan pada tahun yang sama penulis terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

Selama mengikuti perkuliahan, penulis mengikuti organisasi Himpunan Mahasiswa Jurusan Manajemen pada tahun 2019 dan tahun berikutnya pada tahun 2020 penulis mengikuti kegiatan KKN Tematik yang diadakan oleh Kementerian Pendidikan dan Perguruan Tinggi, kemudian lulus dan mendapatkan Beasiswa Bank Indonesia dan kemudian tergabung dalam komunitas Generasi Baru Indonesia dan juga pada tahun yang sama penulis mendapatkan dana hibah dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.



## ABSTRAK

**Muhammad Aji Septian NPM. 17.832.0196**

### **“Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Aksesoris Berbudaya Melalui Resin (ABERASI)”**

Perkembangan ilmu komunikasi sudah sangat berkembang dengan pesat dan sekarang kita mulai mengetahui, bertukar dan mempelajari perkembangan dari luar daerah bahkan negara dengan mudahnya. Semua mampu mengadaptasi dengan apa yang sedang *trend* khususnya produk-produk yang dihasilkan dalam ekonomi kreatif. Produk-produk unik yang dihasilkan mampu menaikkan tingkat ekonomi suatu negara dengan membaiknya pendapatan di suatu daerah hingga kedatangan turis luar negara. Meningkatnya pendapatan suatu daerah tidak terlepas dari pendapatan dari pajak ukm-ukm pada daerah tersebut yang mulai maju dan berkembang. Produk ekonomi kreatif harus didasari terobosan dan inovasi secara keberlanjutan untuk mampu bertahan dalam ketidakpastian pasar dan konsumen. Produk ekonomi kreatif yang dihasilkan ukm tidak terlepas dari sumber daya manusia yang dimiliki dikarenakan ide dan inovasi berasal dari pemikiran manusia yang tidak terbatas. Manajemen usaha ukm harus mampu dan berani berinvestasi pada kreatifitas sumber daya manusia dengan mengasah skill dan pengetahuan untuk memahami dan mempelajari kebutuhan konsumen yang beragam.

Kata kunci: MSDM, Ekonomi Kreatif, UKM.

**ABSTRACT**

**Muhammad Aji Septian NPM. 17.832.0196**

***“Human Resource Management Strategy Aksesoris Berbudaya Melalui Resin (ABERASI)”***

*The development of communication science has developed rapidly and now we are starting to know, exchange and study developments from outside the region and even from the country easily. All are able to adapt to what is trending, especially products produced in the creative economy. The unique products produced are able to increase the economic level of a country by increasing income in an area to the arrival of foreign tourists. The increase in income of a region is inseparable from the income from SMEs tax in that area which is starting to develop. Creative economy products must be based on breakthroughs and innovations in a sustainable manner to be able to withstand market and consumer uncertainties. Creative economy products produced by SMEs cannot be separated from their human resources because ideas and innovations come from unlimited human thinking. SME business management must be able and courageous to invest in the creativity of human resources by honing skills and knowledge to understand and study the diverse needs of consumers.*

*Key words: SMEs, Creative Economy, UKM*



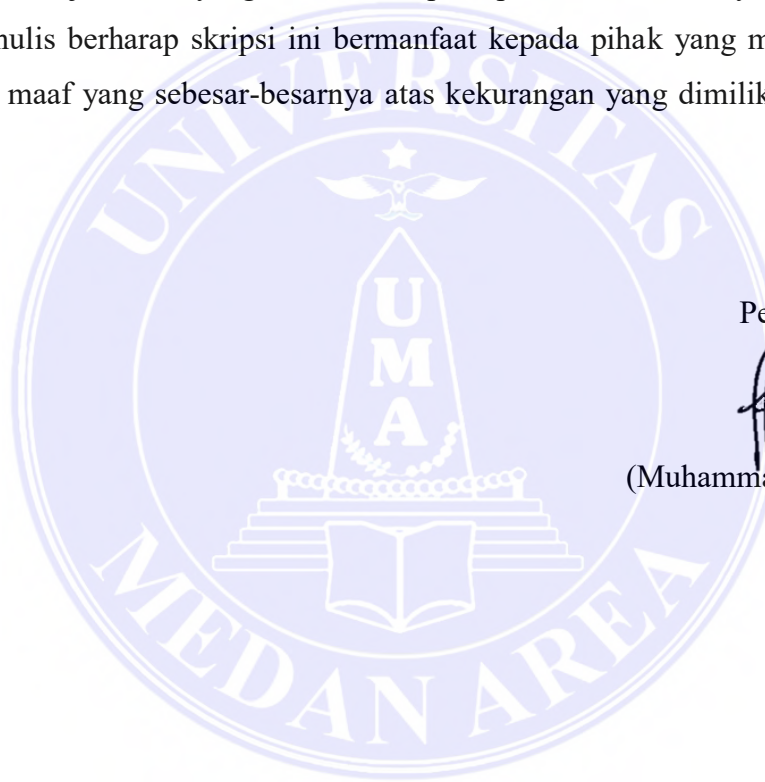
## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai syarat mencapai gelar strata-1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Penulis sepenuhnya menyadari bahwa skripsi ini memiliki banyak kekurangan dan selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan pihak lain maka daripada itu penulis sepenuhnya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT.
2. Kedua orang tua saya (Bapak Syafril dan Ibu Sri Yani) dan saudara dan saudari yang sudah mengingatkan dan menyemangati untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc. selaku Rektor Universitas Medan Area yang sudah memberikan kesempatan mahasiswa untuk menyelesaikan pendidikan strata-1 di Universitas Medan Area.
4. Bapak Dr. Ihsan Effendi, M.Si selaku dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis dan juga selaku pembimbing yang sudah memberikan masukan pada skripsi saya untuk lebih baik lagi.
5. Bapak Ir. Muhammad Yamin Siregar, MM. selaku wakil dekan 3 bidang kemahasiswaan dan juga selaku dosen pembimbing dalam menyusun skripsi ini dari awal hingga akhir.
6. Ibu Wan Rizca Amelia, SE, M.Si. selaku ketua program studi manajemen fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang senantiasa menginformasikan kepada mahasiswa terkait keperluan untuk menyelesaikan skripsi.
7. Ibu Fitriani Tobing, SE, M.Si selaku sekretaris dalam seminar yang sudah dilakukan dari seminar awal hingga akhir.
8. Staf akademik fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sudah melayani mahasiswa dalam setiap keperluan kemahasiswaan dari semester satu hingga semester delapan.

9. Seluruh dosen fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sudah memberi pembelajaran yang baik kepada mahasiswa hingga kami dapat meraih gelar Strata-1 Manajemen Universitas Medan Area.
10. Seluruh teman kelas Bilingual Stambuk 2017 sudah berjuang bersama-sama untuk mencapai satu tujuan menyelesaikan pendidikan Strata-1 Manajemen tepat waktu.
11. Dan seluruh pihak yang terlibat dalam penyelesaian skripsi ini.

Dengan persetujuan Allah SWT senantiasa memberikan kebaikan dan balasan atas jasa budi yang diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini bermanfaat kepada pihak yang memerlukan dan mohon maaf yang sebesar-besarnya atas kekurangan yang dimiliki dalam skripsi ini.



Penulis

(Muhammad Aji Septian)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORIGINILITAS</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 <i>Noble Purpose</i> .....	4
1.3 Pelanggan dan Konsumen .....	8
1.3.1 Pelanggan dan Konsumen .....	8
1.3.3 Keinginan Pelanggan.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
2.1 Manajemen .....	12
2.1.1 Pengertian Manajemen.....	12
2.1.2 Unsur-unsur Kegiatan Manajemen.....	13
2.2 Manajemen Sumber Daya Manusia.....	16
2.2.1 Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia .....	16
2.2.2 Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia .....	17
2.3 Manajemen Pendukung .....	31
2.3.1 Manajemen keuangan.....	32
2.3.2 Manajemen Pemasaran.....	33
2.3.3 Manajemen Hubungan Pelanggan.....	34
2.4 Manajemen Inovasi.....	35

2.4.1 Definisi Manajemen Inovasi .....	35
2.4.2 Tipe Inovasi dan Karakteristiknya .....	36
2.4.3 Proses Inovasi.....	38
2.5 Model Bisnis Canvas (BMC) .....	40
2.5.1 Pengertian Bisnis Model Canvas (BMC) .....	40
2.5.2 Elemen Dalam Bisnis Model Canvas (BMC) .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	48
3.1.1 Waktu Penelitian .....	48
3.1.2 Tempat Penelitian.....	48
3.2 Metodologi Penelitian.....	49
3.2.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	49
3.2.2 Sifat Penelitian .....	49
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data .....	49
3.2.4 Teknik Analisis Data.....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
4.1 Gambaran Umum Usaha.....	52
4.2 Fungsi Manajemen Yang Diterapkan ABERASI.....	55
4.2 Manajemen Inovasi Yang Diterapkan ABERASI .....	60
4.3 Bisnis Model Canvas Yang Diterapkan ABERASI .....	64
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>70</b>
5.1 Kesimpulan .....	70
5.2 Saran .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>74</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Kelompok Konsumen Pada Masyarakat.....	9
Tabel 2.1: Fungsi Manajemen.....	18
Tabel 2.2: Unsur National Vocation Qualification (NVQ).....	35
Tabel 3.1: Jadwal Penelitian.....	48



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Tingkat Keinginan Pelanggan.....	10
Gambar 2.1: Keterkaitan Manajemen.....	13
Gambar 2.2: Bauran Pemasaran (4P).....	34
Gambar 2.3: Proses Transformasi Inovasi.....	37
Gambar 2.4: Contoh Bisnis Model Canvas.....	41
Gambar 4.1: Bisnis Model Canvas ABERASI.....	69



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Wawancara Pelaku Usaha.....	75
Lampiran 2: Wawancara Konsumen.....	81
Lampiran 3: Dokumentasi Wawancara.....	86
Lampiran 4: Surat Izin Penelitian.....	87
Lampiran 5: Surat Selesai Riset.....	88



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Bisnis merupakan suatu organisasi atau badan bertujuan menghasilkan produk atau jasa kepada konsumen. Setiap bisnis dijalankan dengan bertransaksi kepada pihak lain dengan didukung oleh pihak fungsional yang berbeda untuk memaksimalkan produksi dan laba dalam mencapai tujuan bersama (Madura dalam Mustikawati & Tysari, 2014). Menurut Sukimo dalam (Permana, 2013) Bisnis adalah kegiatan untuk memperoleh keuntungan atau laba individu atau kelompok sehingga kebutuhan hidup seluruh pihak yang terkait dapat terpenuhi dan tidak ada kegiatan bisnis yang dilakukan untuk mencari kerugian.

Menurut Hooper dalam (Anwar & Utami, 2012) Bisnis adalah seluruh kompleksitas pada bidang kegiatan berupa penjualan dan industri, industri dasar, proses, manufaktur dan jaringan, distribusi, perbankan, asuransi, transportasi dan seterusnya untuk melayani dan memasuki secara utuh dunia bisnis. Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa bisnis merupakan serangkaian kegiatan mulai dari kegiatan pra-produksi, produksi, distribusi hingga produk sampai di tangan konsumen yang dilakukan baik individu maupun kelompok demi memenuhi kebutuhan hidup serta mencapai keuntungan yang maksimal.

Dikutip dari laman resmi Badan Pusat Statistik membagi sektor kegiatan ekonomi menurut lapangan usaha yakni pertambangan dan penggalan, industri pengelolaan, pengadaan listrik, pengelolaan air, kontruksi, perdagangan besar, pengangkutan dan transportasi, penyediaan akomodasi, informasi dan komunikasi, aktivitas keuangan, real estate, jasa keuangan, pendidikan, aktivitas kesehatan dan



jasa lainnya. Pada sektor industri pengelolaan terdapat sub-sektor yakni Industri Bahan Kimia dan Barang Dari Bahan Kimia dengan kode KBLI 20 ([www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)).

Penggunaan bahan kimia menjadi sebuah produk yang dapat dijadikan hiasan dan kebutuhan bersifat tersier lainnya merupakan bagian dari ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif merupakan jenis keempat setelah ekonomi agraris, ekonomi industri dan ekonomi informasi (Sutanto dalam Yunus, 2019). Ekonomi kreatif didefinisikan sebagai wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan. Bukan hanya sumber daya terbarukan bahkan hal tak terbatas yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas yang ditawarkan ekonomi kreatif (Departemen Perdagangan dalam Wijanarko & Susila, 2016).

Kreatifitas pada pelaku usaha menjadi modal yang sangat penting bagi pelaku usaha. Kreatifitas dan inovasi merupakan buah hasil pemikiran dari sumber daya manusia yang dimiliki yaitu pekerja itu sendiri (Almasri, 2016). Kreatifitas atau daya cipta merupakan proses pemikiran yang mencari hubungan atau gagasan baru mengenai sesuatu hal kemudian hasil dari pemikiran kreatifitas ini akan menghasilkan sebuah inovasi atau hasil proses pengembangan yang memberikan nilai yang lebih terhadap sesuatu hal. Kreatifitas dan inovasi sangat bermanfaat untuk mempertahankan kelangsungan suatu usaha dikarenakan permintaan dari konsumen hari ke hari berbeda dan perusahaan dituntut untuk memberikan suatu perubahan atau inovasi pada produknya sehingga kebutuhan konsumen terpenuhi. Oleh sebab itu, sumber daya manusia perlu dilatih dan

dikembangkan kemampuan yang dimiliki sehingga sumber daya manusia dalam suatu perusahaan memiliki keterampilan diri yang baik.

Keterampilan diri yang dikembangkan oleh perusahaan melalui pelatihan supaya mampu memberikan suatu solusi bagi permasalahan konsumen melalui produk yang dihasilkan dan mampu mengikuti perkembangan zaman khususnya teknologi. Perkembangan teknologi sudah sangat berkembang pesat dari hari ke hari sehingga mendorong kegiatan manusia berpindah dari konvensional atau *offline* ke *online* (daring). Kegiatan bisnis yang dilakukan secara *online* atau lebih dikenal sebagai *E-Commerce (Elektronic Commerce)* adalah layanan *website* yang menyediakan penawaran, transaksi pembelian dan pembayaran melalui jarak jauh (Anggriawan & Setiawan, 2018) sementara kegiatan bisnis secara *offline* atau tradisional yaitu kegiatan transaksi penawaran dan pembelian melalui tatap muka langsung. Pertumbuhan konsumsi dan keinginan konsumen menjadikan adanya saluran baru dalam memenuhi kebutuhan tersebut (Anggriawan & Setiawan, 2018). Banyaknya bisnis yang beralih dari *offline* ke *online* dikarenakan ketika bisnis hanya mengandalkan sistem *offline* maka bisnis tersebut tidak mampu menjangkau wilayah pemasaran yang luas.

Perkembangan teknologi yang dihadapi merupakan tantangan perusahaan dan juga kemudahan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Misalnya dalam kegiatan *after-sale-service*, konsumen dapat memberikan keluhan atau tanggapan mengenai produk tersebut tanpa ribet melalui surat-menyurat, konsumen hanya perlu menulis keluhan atau tanggapan melalui *E-mail* atau panggilan langsung yang tertera. Kepuasan konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan perusahaan melalui produk yang dihasilkan, dengan rasa puas yang didapatkan konsumen

dengan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan mampu menaikkan citra perusahaan dimata masyarakat kemudian akan menaikkan tingkat penjualan. Kebutuhan konsumen dan harapan mengenai suatu produk berubah seiring zaman. Kebutuhan zaman sekarang sangat berbeda dengan zaman dulu dikarenakan perubahan nilai kehidupan dan harus dituntut untuk mengikuti perubahan tersebut (Haryono & Octavia, 2014). Konsumen tidak hanya puas dengan nilai dari produk yang sudah tercipta, sifat dasar manusia yang ingin lebih menjadikan manusia berkembang untuk memenuhi kebutuhan manusia lainnya.

Dalam kegiatan bisnis, manusia menjadi faktor utama dikarenakan manusia sebagai pelaku utama kegiatan operasional, pemasaran dan distribusi sehingga menjadikan sumber daya manusia menjadi perhatian utama yang harus diperhatikan. Semakin besar suatu usaha atau bisnis maka semakin besar sumber daya yang dimiliki dan semakin kompleks manajemen yang diterapkan. Kunci utama manajemen sumber daya manusia dalam menjalankan kegiatan usaha mempengaruhi kegiatan usaha itu sendiri (Anggriawan & Setiawan, 2018) dikarenakan kegiatan utama bisnis mulai dari pencarian bahan baku, proses, pemasaran, distribusi hingga pelayanan setelah penjualan. Maka daripada itu pada penelitian ini akan membahas strategi manajemen sumber daya manusia yang diterapkan pada bisnis khususnya bisnis kecil (UMKM) baik *offline* atau *online* sistem pemasaran yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam.

## 1.2 Noble Purpose

Menurut buku panduan Kegiatan Bisnis Manajemen Mahasiswa Indonesia KBMI 2020 yang dikeluarkan oleh Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan

Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan mendefinisikan *Noble Purpose* merupakan tujuan yang melandasi mahasiswa untuk melakukan kegiatan bisnis atau usaha dimana tujuan tersebut bersifat mulia atau mementingkan kepentingan bersama diatas kepentingan pribadi.

Saat ini kita telah memasuki era industri 4.0 dimana dunia seakan kecil karena informasi, modal dan kebudayaan yang terus bergerak tanpa batas. Masyarakat dihadapkan kepada tantangan perkembangan jaman dan perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia yang mengikuti perkembangan dari dunia luar yang menjadi konsekuensinya (Kushendrawati dalam Wahyuni, Soesilowati, & Banowati, 2016). Perubahan gaya hidup mempengaruhi perilaku menentukan pilihan konsumsinya dan perubahan ini terlihat pada cara berpakaian, kebiasaan dan selera untuk memenuhi gaya hidupnya (Ekowati dalam Wahyuni, Soesilowati, & Banowati, 2016).

Gaya hidup adalah cara bagaimana seseorang menghabiskan waktu serta uang yang dimiliki kepada alternatif kelompok jenis produk yang ada. Hal ini didukung oleh Suryani dalam (Putri, Nurwati, & Budiarti) Gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang mengalokasikan pendapat dan memilih produk pada satu kelompok jenis produk yang ada. Perubahan gaya hidup remaja di Indonesia disebabkan oleh pola pikir yang membuka kesempatan budaya-budaya asing yang tidak sesuai dengan kebudayaan Indonesia berkembang dengan cepat (Widyastuti, Rachmawati, & Kumiasih, 2014). Bukan hanya dampak positif yang diperoleh karena adanya pertukaran informasi, ilmu pengetahuan dan teknologi terhadap perkembangan remaja di Indonesia. (Kaparang, 2013) mengatakan ada pergeseran nilai budaya yang dipengaruhi oleh pengumpulan informasi mengenai

budaya luar lalu mengimitasi ke dalam gaya hidup keseharian remaja Indonesia khususnya remaja perempuan.

Hurlock dalam (Putri, Nurwati, & Budiarti) mengatakan kata remaja dari bahasa latin “*adolescere*” yaitu tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa yang dalam arti luas mencakup kematangan mental, emosional, sosial dan fisik. Perkembangan psikologis remaja secara keseluruhan dapat menggambarkan kecenderungan yang kuat pada masa remaja menemukan suatu hal atau contoh untuk ditiru dan diidentifikasi (Gunarsa, Singgih D. dalam Widyastuti, Rachmawati, & Kumiasih, 2014). Dikatakan dalam (Putri, Nurwati, & Budiarti) ciri-ciri yang dialami pada masa remaja yaitu adanya pertumbuhan fisik yang signifikan, cara berpikir yang *causatif* atau ingin mengetahui alasan semua hal, emosi yang tidak stabil dikarenakan keadaan hormon, perkembangan seksual, mulai tertarik pada lawan jenis, suka menjadi perhatian di lingkungan sekitar dan mulai terikat kepada kelompok sosial tertentu yang dirasa sesuai dengan dirinya. Dengan perubahan psikologis yang tidak stabil sehingga membuat masa remaja menjadi lebih mudah terpengaruh akan hal hal yang dianggap modern dan sesuai dengan karakter kemudian didukung oleh lingkungan sekitar maka gaya hidup remaja akan terbentuk.

Pengakuan positif dari lingkungan keluarga dan teman dapat membuat kepercayaan diri dan motivasi yang kuat untuk menghidupi budaya bangsa lain (Kaparang, 2013). Dengan angka 49,30% dari 63,4 juta jiwa diantaranya adalah remaja perempuan (BKKBN dalam Safitri, Arneliwati, & Erwin, 2014) sehingga pergeseran budaya semakin cepat terjadi maka diperlukan suatu solusi yang menjadikan nilai budaya bangsa Indonesia sebagai konsep pada produk yang

inovatif sehingga dapat menghidupinya dalam pergaulan keseharian mereka (Kaparang, 2013).

Untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup seorang remaja kebanyakan hanya mengandalkan penghasilan dari orang tua mereka tanpa bekerja mencari pendapatan sendiri. Tidak seluruh masyarakat Indonesia memiliki pendapatan diatas garis kemiskinan tetapi ada juga dibawah garis kemiskinan. Kemiskinan menurut (Ratnagung, Khuzaeni, Somad, Supardi, & Ratnasih, 2019) merupakan keadaan seseorang atau keluarga dimana penghasilan tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan primer seperti pangan dan sandang. Dan umumnya ibu rumah tangga sudah mampu melakukan pekerjaan berat seperti apa yang dilakukan suaminya maka mereka kerap kali meminjam uang untuk menutupi kebutuhan sehari-hari. Untuk mengatasi tekanan ekonomi tersebut membuat wanita yang memiliki jiwa kreatif membuat pekerjaan alternatif disamping pekerjaan utama mereka sebagai ibu rumah tangga untuk mendapatkan penghasilan tambahan (Bakir & Hozairi, 2018).

Untuk menjalankan usaha berskala kecil tidak diperlukan suatu permodalan yang banyak tetapi memiliki kelemahan yang dapat menghambat pertumbuhan usaha. (Ghassani, 2015) menguraikan kelemahan usaha kecil diantaranya memperoleh ceruk pasar dan melebarkannya, struktur organisasi yang terbatas pada sumber daya, keterbatasan jaringan kerjasama, persaingan antara pengusaha yang kurang baik dan pembinaan yang belum baik dari pemerintah. Maka untuk mencapai produksi yang efisien, berkualitas dan memiliki daya saing dengan produk lain diperlukan kemitraan atau kerjasama dengan usaha lain yang mampu menguatkan dan menaikkan produk di pasar.

Supriadi dalam (Ghassani, 2015) mengatakan kemitraan adalah kerjasama antara dua pihak yang saling memenuhi hak dan kewajiban untuk menghasilkan keuntungan yang setara sedangkan Peraturan Pemerintah (PP) nomor 44 tahun 1997 menjelaskan hubungan antara usaha dengan usaha baik kecil, menengah dan besar melalui pembinaan yang didasari prinsip saling memerlukan, menguntungkan dan memperkuat usaha. Maka *Noble Purpose* yang diambil yaitu **menjadikan budaya bangsa Indonesia sebagai konsep dalam aksesoris remaja perempuan, membantu pendapatan rumah tangga melalui usaha kerajinan dan memajukan UMKM lain dengan menjalin hubungan kemitraan.**

### 1.3 Pelanggan dan Konsumen

#### 1.3.1 Pelanggan dan Konsumen

Konsumen didefinisikan sebagai setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan (Undang-undang No. 8 tahun 1999). Konsumen berdasarkan tujuan penggunaan suatu barang terbagi menjadi dua yaitu konsumen individu dan konsumen organisasi. Konsumen individu adalah konsumen yang menggunakan produk untuk diri sendiri, keluarga atau pemberian kepada orang lain. Konsumen organisasi adalah konsumen yang menggunakan produk untuk keperluan organisasi seperti pembelian kertas dan barang kantor lainnya untuk perlengkapan kegiatan administrasi.

Pelanggan merupakan konsumen atau pengguna produk yang menggunakan produk secara terus menerus dan simultan (Ghassani, 2015). Pelanggan menjadi

satu kesatuan dengan konsumen dimana menjadi subjek dari kegiatan konsumsi atau menggunakan suatu barang atau jasa.

### 1.3.2 Kelompok Konsumen

Kelompok konsumen diartikan sebagai pembagian atau pengelompokan pemakai produk berdasarkan perilaku manusia itu sendiri diakibatkan oleh nilai dari produk tersebut. Menurut (Suhairi, 2020) pembagian konsumen yang terjadi di masyarakat terbagi menjadi beberapa jenis, terdapat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 1.1: Kelompok konsumen pada masyarakat**

Jenis-jenis konsumen	Uraian
Konsumen <i>Tren setter</i>	Konsumen yang menjadi gelombang pertama dalam penggunaan produk. mereka mendidikasikan dirinya sebagai pelopor produk tersebut dalam masyarakat.
Konsumen <i>Follower</i>	Konsumen yang terimbas dari konsumen gelombang pertama dimana mereka mengikuti apa yang sedang menjadi tren. Umumnya mereka membeli suatu produk dikarenakan gengsi jika tidak memiliki produk yang sedang diganderungin oleh banyak orang.
Konsumen <i>Value seeker</i>	Konsumen yang memiliki pertimbangan dan alasan yang kuat untuk membeli suatu produk. Pembelian dilakukan berdasarkan alasan rasional dari manfaat produk tersebut sehingga pembelian dirasa tidak sia-sia.
Konsumen pemula	Konsumen yang membeli produk berdasarkan apa yang ia lihat kemudian bertanya kepada orang lain mengenai produk tersebut.

(Sumber: Suhairi, 2020)



### 1.3.3 Keinginan Pelanggan

Keinginan merupakan sesuatu hal yang mendorong manusia memiliki rasa ketertarikan pada sesuatu seperti benda, kegiatan atau hal lainnya kemudian timbul rasa memiliki (Bakir & Hozairi, 2018). Kecenderungan manusia ingin memiliki sesuatu yang belum dimiliki dan didorong oleh ketertarikan dari produk tersebut menjadikan rasa ingin memiliki terbagi menjadi beberapa sesuai dengan tingkat keinginan yang timbul.

Dalam buku Alat dan Teknik Analisis Manajemen merumuskan tipe keinginan pelanggan sebagai “MoSoCow” yaitu *Must have*, *Should have*, *Could have* dan *Would have*.



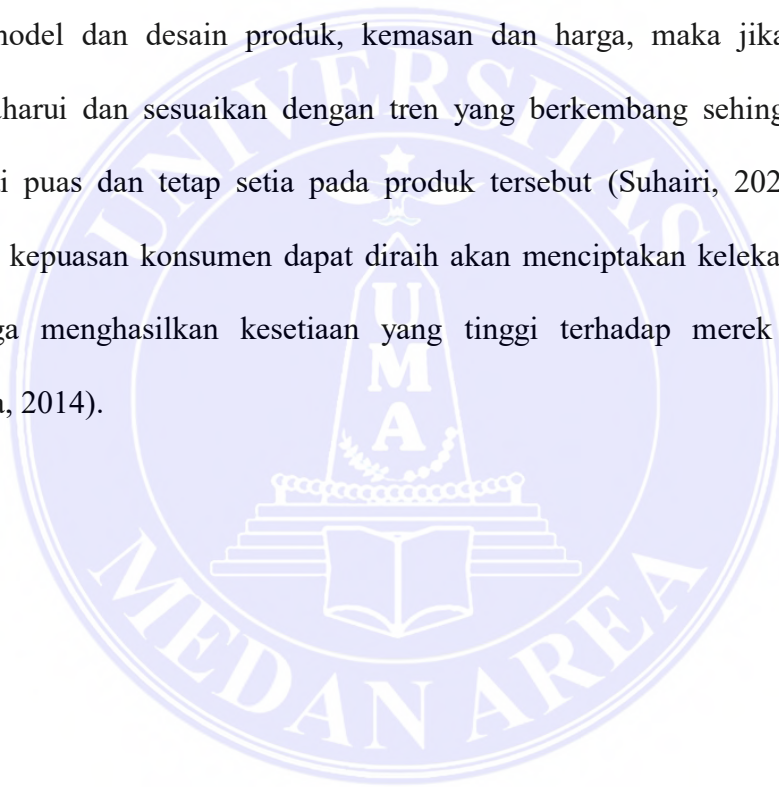
**Gambar 1.1: Tingkat Keinginan Pelanggan**

Sumber: (Burtonshaw-Gunn, 2019)

Adapun tingkatan keinginan pelanggan dari terendah hingga tertinggi yaitu:

1. *Would have*, pelanggan merasa sebaiknya memiliki produk tersebut karena merasa senang jika memilikinya.
2. *Could have*, yaitu bisa memiliki dimana pelanggan bisa memiliki produk tersebut.
3. *Should have*, yaitu pelanggan merasa berharap memiliki produk.
4. *Must have*, yaitu pelanggan merasa harus memiliki produk tersebut dikarenakan sesuatu.

Aksesoris wanita dinilai memiliki potensi dalam menjalankan bisnis dikarenakan wanita pada umumnya memiliki perilaku dimana mereka membeli suatu produk berdasarkan emosionalnya sementara pada pria berdasarkan fungsi dan instrumennya maka wanita dianggap lebih dominan dalam melakukan pembelanjaan impulsif dan hal ini disebabkan juga pada umumnya kaum wanita lebih banyak berperan dalam melakukan kegiatan berbelanja (Widhyanto & Junaedi, 2016). Penilaian pada wanita mengenai produk secara umum terdapat pada model dan desain produk, kemasan dan harga, maka jika hal tersebut diperbaharui dan disesuaikan dengan tren yang berkembang sehingga konsumen menjadi puas dan tetap setia pada produk tersebut (Suhairi, 2020). Kemudian apabila kepuasan konsumen dapat diraih akan menciptakan kelekatan emosional sehingga menghasilkan kesetiaan yang tinggi terhadap merek (Haryono & Octavia, 2014).



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Manajemen

##### 2.1.1 Pengertian Manajemen

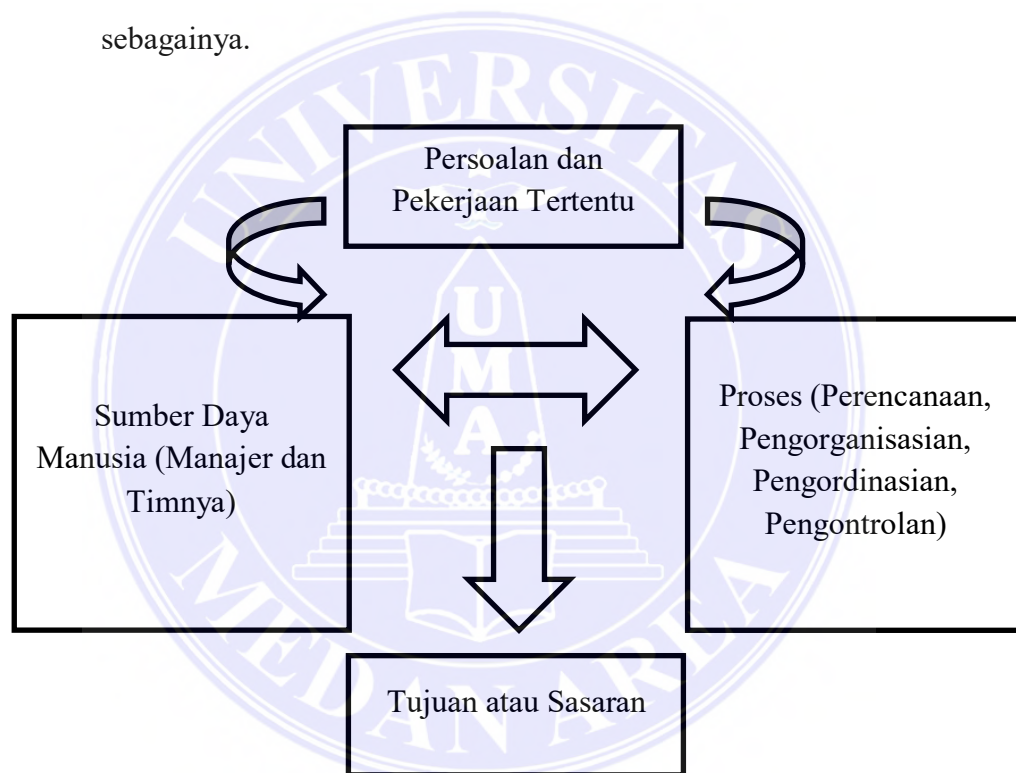
Manajemen merupakan serangkaian kegiatan perencanaan, pengambilan keputusan, pengorganisasian dan pengendalian dalam mengatur seluruh sumber daya untuk mencapai tujuan organisasi (Luila & Haryadi, 2013). Sementara Manullang dalam (Sahudiyono, 2015) mengatakan manajemen adalah gabungan ilmu dan seni untuk mengatur semua sumber daya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan organisasi dan S.P Hasibuan sependapat dalam (Yusuf, 2015) mengatakan manajemen adalah ilmu dan seni untuk mengatur sumber daya manusia dan lainnya secara efektif untuk mencapai suatu tujuan. Maka dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah kerjasama orang dalam kelompok untuk mencapai tujuan yang telah disepakati dengan menggunakan sumber daya yang ada secara sistematis. Dalam manajemen terdapat unsur yang dikelola yang dikenal dalam bahasa Inggris dengan 6M yakni *Men, Money, Methods, Materials, Machines* dan *Markets*. *Men* atau manusia yang menjadi peran penting dalam pengelolaan unsur yang lain.

Alexano (2012) mengatakan faktor utama yang dimiliki manajemen ada tiga yakni:

1. Adanya hal yang diatur yaitu objek bisa berupa benda atau kegiatan yang dilakukan seperti pekerjaan, dana, bahan baku dan manusia.
2. Adanya seseorang yang mengatur yaitu seseorang yang mampu melakukan pekerjaan melalui orang lain dengan cara mengatur dan

mengarahkan orang lain demi mencapai tujuan. Orang yang mampu menjalankan kegiatan manajemen umumnya disebut manajer.

- Adanya tujuan yang ingin dicapai yaitu setiap perencanaan yang dilakukan haruslah memiliki tujuan yang harus dicapai supaya keberlangsungan usaha atau organisasi tersebut tetap bertahan. Tujuan yang harus dicapai suatu usaha atau perusahaan umumnya mencapai profit atau laba yang diinginkan, citra baik perusahaan dan lain sebagainya.



**Gambar 2.1: Keterkaitan Manajemen**

Sumber: (Alexano, 2012)

### 2.1.2 Unsur-unsur Kegiatan Manajemen

Manajemen merupakan tindakan mengelola dimulai dengan merencanakan, mengorganisasi kemudian diatur dan diawasi dengan sistem hingga berhasil mencapai tujuan atau sasaran dengan baik.

Henry Fayol dalam buku Manajemen Keuangan menguraikan prinsip umum manajemen menjadi 10 bagian diantaranya:

1. Pembagian Kerja (*Division of Work*)

Pembagian kerja dilakukan untuk menghasilkan pekerjaan yang lebih baik dikarenakan tidak semua pekerjaan mampu dilakukan oleh semua orang. Dengan pekerjaan yang dilakukan oleh seseorang dengan *skill* khusus maka hasil kerja yang dihasilkan lebih baik.

2. Wewenang dan Tanggung Jawab (*Authority and Responsibility*)

Wewenang merupakan hak atas pekerjaan yang diberikan kepada seseorang kemudian diikuti oleh tanggung jawab yang harus dipenuhi. Umumnya wewenang yang diberikan berbanding lurus dengan tanggung jawab.

3. Disiplin (*Discipline*)

Disiplin merupakan sikap seseorang yang bertanggung jawab atas pekerjaan yang diberikan. Disiplin dari pekerja diperlukan oleh untuk menghasilkan kinerja yang baik maka daripada itu seorang manajer harus mampu mengatur pekerja dengan baik.

4. Kesatuan Perintah dan Pengarahan

Integritas dalam kegiatan mengatur harus diterapkan dalam kegiatan operasional dikarenakan arahan dari seorang manajer merupakan perintah bagi karyawan dan dari perintah tersebut yaitu langkah dalam mencapai tujuan.

#### 5. Mengutamakan Kepentingan Perusahaan diatas Kepentingan Pribadi

Tujuan perusahaan adalah tujuan seluruh pegawai maka dalam kegiatan operasional tidak diperbolehkan untuk mengutamakan kepentingan pribadi diatas kepentingan bersama.

#### 6. Penggajian dan Stabilitas Karyawan

Karyawan atau pegawai merupakan tokoh utama dalam sumber daya manusia, kesejahteraan karyawan merupakan faktor penting untuk mencapai stabilitas perusahaan. Kesejahteraan karyawan dapat diraih dengan gaji, bonus, atau hal lain yang berkaitan dengan uang.

#### 7. Pemusatan

Pemusatan wewenang merupakan spesialisasi yang dilakukan kepada karyawan terhadap suatu pekerjaan dalam operasional. Pemusatan dilakukan bertujuan menjadikan seseorang yang melakukannya menjadi lebih ahli.

#### 8. hierarki atau tingkatan

Tingkatan dalam perusahaan diperlukan mempertegas hak dan tanggung jawab atas suatu pekerjaan. Tingkatan diperlukan untuk mempermudah manajemen mengatur laporan atas wewenang yang diberikan.

#### 9. Ketertiban, Kejujuran dan Keadilan Ketertiban,

kejujuran dan keadilan merupakan sikap yang harus dimiliki oleh karyawan dalam kegiatan operasional untuk mencapai tujuan yang lebih baik.

## 10. Inisiatif

Inisiatif muncul dari dalam individu tanpa diminta terlebih dahulu maka inisiatif yang dilakukan oleh karyawan harus diapresiasi dan akhirnya terbentuk harmonisasi kinerja.

## 2.2 Manajemen Sumber Daya Manusia

### 2.2.1 Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia

Manusia memiliki peranan penting bagi keberhasilan dalam mencapai tujuan suatu organisasi atau bisnis, tetapi mengatur manusia tidak mudah dilakukan seperti mengatur sumber daya lain seperti mesin, gedung, peralatan dan lain lain dikarenakan manusia membawa latar belakang sosial, status, perasaan, pikiran, hati dan jiwa masing masing ke dalam organisasi (Sahudiyono, 2015). Diperlukan suatu bidang khusus untuk mempelajari mengenai sifat dan karakteristik manusia yang sangat kompleks maka nilai manajemen diperlukan untuk mengatur sumber daya manusia.

Menurut (Almasri, 2016) sumber daya manusia merupakan tenaga kerja yang menempatkan posisi atau tanggung jawab untuk melakukan tugas dalam organisasi tersebut. Perkembangan dalam ilmu manajemen mengenai unsur manusia berkembang menjadi suatu bidang ilmu yang dikenal dengan manajemen sumber daya manusia atau MSDM (Sahudiyono, 2015). Dessler dalam (Luila & Haryadi, 2013) mengatakan manajemen sumber daya manusia merupakan proses memperoleh, melatih dan mengevaluasi, memberi kompensasi, mengamati hubungan kerja, kesehatan dan keadilan pegawai. Sedangkan diwaktu yang sama Bohlander dan Snell dalam (Luila & Haryadi, 2013) menguraikan manajemen sumber daya manusia sebagai ilmu yang dipelajari untuk memberdayakan

pegawai dan kelompok kerja dalam menjalankan pekerjaan, mengembangkan kemampuan, mengidentifikasi dan mengevaluasi kinerja kemudian memberikan imbalan atau hadiah atas usahanya. Maka disimpulkan manajemen sumber daya manusia merupakan ilmu khusus dalam bidang manajemen untuk mempelajari hubungan dan peran manusia dalam organisasi untuk menciptakan sumber daya manusia yang efektif dan efisien.

Ilmu dalam memahami sifat dan karakteristik manusia yang beragam menjadi tugas yang cukup berat bagi manajer sumber daya manusia untuk mengelola manusia seefektif mungkin (Stoner dkk dalam Almasri, 2016) sehingga diperlukan kemampuan berkomunikasi yang baik untuk menerima dan memberikan informasi sebagai manajer yang berkompeten (Irawati dalam Yunus E. , 2012).

### **2.2.2 Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia**

Dalam melaksanakan tugas dari fungsi manajemen yang saling berkaitan satu sama lain disebut proses manajemen (Almasri, 2016). Pada proses manajemen yang dilakukan, penggunaan fungsi manajemen tergantung kepada kebutuhan dengan tingkat sederhana atau yang rumit atau hanya beberapa fungsi saja yang digunakan sesuai dengan kestrukturasi organisasi (Almasri, 2016). Berikut dibawah ini fungsi manajemen dari beberapa ahli:



**Tabel 2.1: Fungsi manajemen**

Edwin B. Flippo	Stoner Dkk	Sri Larasati
1. Perencanaan	1. Perencanaan	1. Perencanaan
2. Pengorganisasian	2. Pengorganisasian	2. Pengorganisasian
3. Pengarahan	3. Pengarahan	3. Pengarahan
4. Pengawasan	4. Pengendalian	4. Pengendalian
5. Pengadaan	5. Pengadaan sumber	5. Pengadaan SDM
6. Pengembangan	6. Pengembangan daya manusia	6. Pengembangan
7. Kompensasi	7. Pengembangan	7. Kompensasi dan proteksi
8. Integrasi	8. Kompensasi	8. Pengintegrasian
9. Pemeliharaan	8. Pengintegrasian	9. Pemeliharaan
	9. Pemeliharaan	10. kedisiplinan
	10. Pemutusan hubungan kerja	11. Pemberhentian

(Sumber: Sahudiyono, 2015; Almasri, 2016 dan Larasati, 2018)

Dapat dilihat pada ungkapan diatas mengenai fungsi manajemen memiliki ungkapan, kalimat dan fungsi yang berbeda tetapi jika diteliti dan ditelaah masing masing memiliki kesamaan pada esensinya. Berikut uraian mengenai fungsi manajemen yang dinilai memiliki kesamaan esensi, diantaranya:

#### 1. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan menurut Siagian dalam (Sahudiyono, 2015) merupakan langkah-langkah yang diambil oleh pihak manajemen untuk menjamin ketersediaan unsur manajemen demi mencapai sasaran yang ditetapkan. Sementara disisi lain Perencanaan merupakan penentuan gerakan sumber daya manusia pada posisi yang diinginkan dalam kegiatan proses manajemen (Almasri, 2016). Wayne F. Cascio dalam (Larasati, 2018) perencanaan adalah serangkaian kegiatan untuk mengantisipasi keadaan dari permintaan lingkungan pada perusahaan untuk memenuhi kebutuhan SDM yang diciptakan dari keadaan. Ada 4 langkah dalam Perencanaan

(*Planning*) yang dikemukakan oleh Miller Burack dan Maryann (Sahudiyono, 2015) diantaranya:

1. Perencanaan untuk kebutuhan masa depan.
2. Perencanaan untuk keseimbangan masa depan.
3. Perencanaan untuk penyeleksian dan pemberhentian.
4. Perencanaan untuk pengembangan.

Terdapat 4 uraian kegiatan perencanaan SDM yaitu kegiatan penyediaan SDM meliputi rekrutmen, seleksi dan penempatan pekerja, kegiatan mempekirakan permintaan dan penawaran SDM meliputi mutasi, promosi dan pengunduran diri, kegiatan meningkatkan mutu meliputi pelatihan dan pengembangan dan terakhir kegiatan evaluasi kondisi meliputi menilai prestasi kerja pegawai (Larasati, 2018).

## 2. Pengorganisasian (*Organizing*)

(Almasri, 2016) mengatakan pengorganisasian merupakan wadah atau alat yang diperuntukan untuk merealisasi tujuan organisasi yang telah disepakati. Dalam tahap ini mengidentifikasi tenaga kerja yang bagaimana untuk dipekerjakan. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan pengorganisasian merupakan suatu proses mengatur sumber daya seperti pembagian tugas, alat-alat dan lainnya guna menghindari bias informasi sehingga tujuan yang akan diperoleh lebih efisien dan efektif (Zanah & Sulaksana, 2016)

### 3. Pengarahan (*Directing*)

Kegiatan pengarahan dilakukan setelah kegiatan pengorganisasian. Pengarahan diartikan sebagai upaya yang dilakukan untuk mengatur seluruh pegawai untuk mencapai tujuan dan menyelaraskan dengan perencanaan yang telah ditetapkan (Zanah & Sulaksana, 2016). Kegiatan pengarahan dilakukan oleh seseorang yang memiliki hak atau otoritas dan sebagai perwakilan dari pihak atas atau perusahaan baik itu manajer divisi, kapten, mandor dan lainnya dimana idealnya seorang yang memberikan pengarahan memiliki kemampuan dalam berkomunikasi yang baik, yakin dan percaya diri dan mampu melakukan pendekatan kepada karyawan dengan segala metode (Almasri, 2016).

Komunikasi yang baik saja tidak cukup untuk melakukan kegiatan pengarahan dikarenakan kegiatan pengarahan tidak hanya sekadar memberikan arahan melalui tugas. Ada beberapa fungsi lain dari kegiatan pengarahan dalam manajemen yang diantaranya:

1. Melakukan aksi yaitu membuat karyawan melakukan pekerjaan mereka sesuai dengan *deskjob* mereka masing-masing dimulai dengan instruksi dari manajer.
2. Alat motivasi yaitu mengarahkan karyawan untuk melakukan tugas dengan motivasi yang baik melalui pendekatan kepada karyawan yang baik dan benar dikarenakan karyawan memiliki kepribadian, visi dan alasan bekerja yang berbeda-beda kemudian akan berpengaruh kepada hasil yang dibuat.

3. Mengintegrasikan upaya yang dilakukan oleh setiap divisi dalam perusahaan itu sendiri. Setiap divisi memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing sehingga memiliki tugas yang akan menimbulkan konflik, maka tugas manajer untuk mengarahkan karyawan dalam setiap divisi untuk mensinergikan visi dan menyelaraskan intruksi yang diberikan.
4. Menyesuaikan perubahan yang terjadi dalam perusahaan dimana setiap waktu ada perubahan yang terjadi seperti perubahan pasar, permintaan dan lainnya sehingga membuat perusahaan mengubah kebijakan internal. Maka manajer perlu mengarahkan karyawan untuk menyesuaikan dengan kebijakan baru yang dibuat perusahaan.

#### 4. Pengendalian kinerja

Pengendalian (*controlling*) merupakan fungsi manajemen yang memastikan bahwa kegiatan operasional yang dilakukan berjalan dengan baik sesuai yang direncanakan pada tahap awal (Almasri, 2016). Pada fungsi pengendalian ini juga memastikan bahwa kegiatan operasional yang berjalan secara efektif dan efisien dalam menggunakan sumber dayanya. Terdapat empat langkah dalam fungsi pengendalian diantaranya:

1. Menetapkan standar kerja dan sasaran yang harus dicapai perusahaan baik itu sasaran yang objektif atau terukur dan subjektif

atau tidak terukur. Standar ini dapat juga dijadikan kriteria dalam penilaian kinerja pegawai.

2. Mengukur kinerja yang ditetapkan oleh manajer dalam kegiatan pengendalian dimana standar atau tolak ukur yang ditetapkan haruslah memiliki kesamaan unit atau satuan dalam kriteria penilaian.
3. Membandingkan kinerja dari target dengan aktual yaitu melihat adanya kesimpangan atau *error* yang terjadi. Jika yang terjadi dianggap kecil maka kesimpangan itu dapat ditunda tetapi jika kesimpangan dianggap besar maka diperlukan tindakan segera untuk memperbaikinya.
4. Mengambil langkah perbaikan jika terjadi kesimpangan dalam kinerja produksi pada titik masalah yang terjadi.

Manajemen berperan dalam mengendalikan proses kerja pegawai supaya terarah. Jika secara keseluruhan kinerja pegawai maka output yang dihasilkan lebih optimal. Untuk bisa memotivasi pegawai umumnya perusahaan mengadakan hadiah atau *reward* berdasarkan penilaian kerja, penilaian kerja memiliki manfaat diantaranya:

1. Penyesuaian kompensasi
2. Perbaikan kinerja
3. Membantu diagnosis kesalahan
4. Indikator pengambilan keputusan (Sahudiyono, 2015).

## 5. Rekrutmen dan seleksi

Diartikan sebagai serangkaian aktifitas mencari tenaga kerja yang sesuai dengan klasifikasi yang dibutuhkan dalam perencanaan pegawai. Sementara Henry Simamora dalam (Almasri, 2016) mengatakan rekrutmen adalah serangkaian kegiatan yang mencari pekerja melalui motivasi, kemampuan dan pengetahuan yang diperlukan perusahaan untuk menutupi kekurangan yang ada setelah diidentifikasi dalam perencanaan kepegawaian. Cushway dalam (Sahudiyono, 2015) menyebutkan tahap proses rekrutmen diantaranya:

1. Mengidentifikasi kebutuhan lalu persyaratan kerja
2. Menetapkan pilihan kandidat yang berpotensi
3. Menetapkan metode
4. Memilah kandidat
5. Menetapkan kandidat yang terpilih lalu mengumumkannya.

Umumnya dalam kegiatan rekrutmen kepegawaian yang dilakukan perusahaan terbagi menjadi dua yakni metode tertutup dan metode terbuka. Metode tertutup yaitu metode rekrutmen kepegawaian yang dilakukan secara diam-diam atau dibantu oleh pegawai lain untuk mencarikan pegawai baru sementara metode terbuka yaitu metode rekrutmen dimana perusahaan melakukan kegiatan rekrutmen melalui iklan di media massa.

## 6. Pengadaan SDM

Pengadaan SDM merupakan rangkaian kegiatan untuk memperoleh tenaga kerja atau pegawai yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan (Setiawan, 2016). Sedangkan Sutrisno (2010) menguraikan perencanaan sumber daya manusia merupakan fungsi yang harus dijalankan untuk menyediakan tenaga kerja pada posisi jabatan yang tepat untuk mencapai target yang telah ditetapkan. Rangkaian kegiatan yang dilakukan diantaranya berupa:

1. perekrutan pegawai bisa melalui iklan, rekomendasi dari internal perusahaan, perusahaan penyedia tenaga kerja, lembaga pendidikan dan lembaga pemerintah.
2. Penyeleksian pegawai yang disesuaikan dengan kriteria perusahaan.
3. Penempatan kerja di sektor atau divisi yang sudah ditetapkan.

Manfaat perusahaan melakukan kegiatan pengadaan sumber daya manusia yang baik diantaranya:

1. Perusahaan dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya manusia.
2. Produktifitas yang dihasilkan dapat ditingkatkan.
3. Memberikan pemahaman yang tepat mengenai situasi pasar ketenagakerjaan.

## 7. Pelatihan dan Pengembangan

Pelatihan (*training*) merupakan langkah perubahan yang dilakukan kepada karyawan untuk meningkatkan keterampilan, bakat, pengetahuan dalam menjalankan tugas untuk mendukung tercapainya tujuan perusahaan (Simamora, 2008). Konsep kegiatan pelatihan merupakan memberi pelatihan kepada karyawan dalam hal tertentu dan spesifik seperti bagaimana menggunakan mesin yang terbaru, mengajarkan bahasa Inggris dan lain sebagainya.

Pengembangan (*Development*) adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan kemampuan maupun pendidikan pegawai guna mampu menghadapi perubahan jaman baik teknologi maupun manusia (Setiawan, 2016). Upaya yang dilakukan perusahaan umumnya dilakukan kegiatan latihan bagi karyawannya, latihan yang diberikan terbagi menjadi latihan keahlian, pelatihan tim, pelatihan teknologi dan lainnya.

Crone dan Hunter dalam (Kamil, 2003) memaparkan model pelatihan dan pengembangan yang terdiri dari empat langkah yang umumnya disebut sebagai “model empat langkah” diantaranya:

1. Mempersiapkan kelompok belajar kemudian akan dibagi menjadi sub-kelompok untuk mengetahui harapan dari karyawan yang dilatih.



2. Mengidentifikasi kebutuhan belajar dan analisis tujuan pelatihan yang dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan dari analisis yang dilakukan.
3. Memilih dan mengembangkan metode pelatihan yang diberikan dengan disesuaikan oleh karakteristik karyawan.
4. Menilai pelaksanaan dan hasil latihan yang sudah dilakukan.

Pada tahun yang berbeda, Parker mengembangkan model pelatihan dan pengembangan menjadi tujuh langkah (*the seven-step models*) dimana model tersebut mencakup pada model empat langkah. Parker menguraikan model tujuh langkah sebagai berikut:

1. Melakukan analisis dan identifikasi kebutuhan pelatihan,
2. Merumuskan tujuan-tujuan pelatihan.
3. Merancang kurikulum yang sesuai.
4. Memilih dan mengembangkan metode pelatihan yang diberikan.
5. Memilih pendekatan yang sesuai.
6. Melaksanakan program pelatihan yang sudah ditentukan.
7. Melakukan pengukuran kerja.

Metode yang diberikan tergantung bagaimana karakteristik dan kebutuhan dari pegawai terkait pelatihan. Berikut beberapa jenis metode pelatihan yang umumnya diberikan oleh perusahaan kepada karyawannya diantaranya:

1. *Self learning* yaitu metode dimana karyawan melakukan pelatihan sendiri dimana umumnya perusahaan memberikan model pembelajaran, video atau buku untuk dipelajari secara mandiri.
2. *On job training* yaitu metode pelatihan yang diberikan oleh perusahaan dimana karyawan diberikan kesempatan untuk melihat, menilai dan menirukan orang lain yang lebih ahli ketika melakukan suatu kegiatan kemudian diawasi oleh orang lain.
3. *Lecture* atau ceramah yaitu metode pelatihan yang diberikan dimana seorang pemateri memberikan materi pelatihan yang umumnya dengan cara komunikasi satu arah.
4. *Task assigment* yaitu metode pelatihan dimana karyawan diberikan tugas untuk dilakukan dengan memiliki batas waktu tertentu.
5. *Job rotation* yaitu metode pelatihan yang diberikan dimana karyawan diberikan kewenangan untuk melakukan pekerjaan pada divisi yang berbeda sehingga memiliki pengetahuan dan kemampuan pada divisi yang berbeda.
6. *Counseling* yaitu metode pelatihan dimana pelatihan dilakukan ssecara sendiri/private dengan pelatih untuk memberikan masukan, pemahaman diri, pengenalan karakter, mental, sikap dan lain sebagainya.

## 8. Kompensasi

Fungsi kompensasi yang diberikan perusahaan didefinisikan sebagai hadiah atau *reward* terhadap kontribusi atau kerja lebih daripada seharusnya dalam mencapai tujuan-tujuan perusahaan. Disisi lain

pengertian kompensasi adalah pemberian yang kompleks dan rumit yang mengandung kepastian dan rasional didalamnya kemudian akan dipertanggung jawabkan oleh karyawan (Almasri, 2016).

Umumnya kompensasi diberikan untuk menstimulus tenaga kerja untuk menaikkan kinerja untuk mendapatkan hasil yang optimal. Adapun fungsi dari pemberian kompensasi pada karyawan, diantaranya:

1. Mendorong kemajuan ekonomi yang diakibatkan oleh kinerja perusahaan meningkat yang diakibatkan juga oleh motivasi dari pekerja yang meningkat.
2. Mampu membagi karyawan pada beberapa kelompok dengan kompensasi bertingkat mulai dari kecil hingga besar sehingga para pekerja memiliki motivasi untuk menaikkan tingkat kompensasi yang mereka inginkan.
3. Dengan meningkatnya motivasi dari karyawan maka tingkat kesalahan yang dibuat oleh karyawan akan berkurang maka hasil yang didapatkan adalah meningkatnya pendapatan dan berkurangnya kerugian akibat *human error*

## 9. Integrasi

Fungsi integrasi didefinisikan sebagai upaya pihak manajemen untuk mengatur, mengubah dan menyelaraskan pandangan seluruh pegawai dengan pandangan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. Almasri(2016) mengatakan integrasi yaitu proses penyesuaian antara

unsur-unsur yang berbeda dalam kehidupan dan lingkungan sehingga menghasilkan lingkungan yang sinergi.

Prinsip integrasi yang dilakukan yaitu menciptakan kerjasama yang baik dan saling menguntungkan. Ada lima metode integrasi yang umumnya dilakukan, diantaranya:

1. Metode hubungan antar manusia yang dikuatkan oleh komunikasi yang baik sehingga menghasilkan integritas antar manusia menjadi kukuh.
2. Metode motivasi yaitu metode dengan memberikan arahan dan masukan untuk mendorong keinginan seseorang untuk melakukan tindakan termasuk integritas yang baik.
3. Gaya kepemimpinan dapat merangsang karyawan bekerja secara integritas dengan melihat bagaimana gaya kepemimpinan dari pemimpin mereka, semakin baik gaya kepemimpinan seorang pemimpin maka semakin besar kemungkinan karyawan bekerja secara baik juga.
4. Membuat kesepakatan kerja bersama diantara divisi sehingga setiap divisi mengetahui kepastian kewajiban dan hak lalu mengetahui batasan-batasan dalam bekerja.
5. Metode *collective bargaining* yaitu metode pengintegrasian dalam membuat kesepakatan kerja yang dilakukan oleh pihak internal perusahaan dengan pihak eksternal yang umumnya yaitu serikat buruh.

## 10. Pemeliharaan

Fungsi pemeliharaan dilakukan pihak manajemen untuk menjaga dan mempertahankan kondisi yang sudah tercipta yang terbilang cukup baik. Pemeliharaan karyawan merupakan tindakan peningkatan fisik, mental dan sikap karyawan agar tetap loyal terhadap perusahaan (Sugijono, 2016). Pemeliharaan karyawan bertujuan untuk meningkatkan produktifitas kerja, meningkatkan kedisiplinan, menurunkan tingkat *turnover* karyawan, mengurangi konflik antar karyawan dan lain sebagainya.

Terdapat lima metode dalam melakukan pemeliharaan karyawan oleh tiap-tiap perusahaan diantaranya:

1. Metode komunikasi yang terjalin dengan baik antara seluruh kepegawaian dalam perusahaan tersebut. Komunikasi menjadi nafas kehidupan dimana komunikasi yang buruk dapat menimbulkan konflik yang diakibatkan oleh *mis-communication*.
2. Metode insentif atau kompensasi yang diberikan secara adil dengan berasaskan rasional maka akan menimbulkan semangat kerja dan loyalitas terhadap perusahaan kemudian akan meningkatkan produktifitas.
3. Metode kesejahteraan karyawan yang diberikan. Kesejahteraan karyawan merupakan pelebaran lingkup pada metode insentif sebelumnya yang umumnya sebagai pemberian dalam berupa uang atau hak finansial lainnya sementara metode kesejahteraan

karyawan lebih banyak memiliki unsur untuk mencapai kesejahteraan kepada karyawannya.

4. Metode kesehatan dan keselamatan kerja yaitu metode pemberian jaminan kesehatan dan keselamatan kerja oleh perusahaan sehingga karyawan merasa nyaman dan aman untuk bekerja dalam perusahaan tersebut.
5. Metode hubungan industrial yaitu metode dimana pihak manajemen menginginkan karyawan menganggap perusahaan tersebut sebagai kepemilikan dari dirinya sehingga karyawan merasa memiliki tanggung jawab atas keberhasilan usaha.

#### 11. Pemisahan

Pemisahan dilakukan apabila pihak manajemen menganggap ada pegawai yang tidak baik dan dapat mempengaruhi pegawai lain dan perusahaan dan fungsi pemisahan ini langkah terakhir apabila perlu dilakukan (Setiawan, 2016). Pemisahan disebut juga dalam bahasa inggris yaitu *downsizing* yaitu perubahan struktur kepegawaian dikarenakan kelebihan beban biaya oleh tenaga kerja yang berlebih atau bermasalah.

### 2.3 Manajemen Pendukung

Selain dari sumber daya manusia yang menjadi tantangan dan pusat perhatian dalam pengoperasian suatu usaha, terdapat bidang lain atau ilmu lain yang yang mampu mempengaruhi kondisi suatu usaha dan bahkan keberlangsungan suatu usaha. Dalam suatu usaha memiliki beberapa bidang

manajemen yang perlu dipelajari dan diterapkan dengan sebaik-baiknya untuk mengoptimalkan pendapatan dan mempertahankan keberlangsungan usaha.

### 2.3.1 Manajemen keuangan

Manajemen keuangan merupakan kegiatan merencanakan, menganggarkan, memeriksa, mengelola, mengendalikan, mencari dan menyimpan dana atau keuangan suatu perusahaan atau organisasi. Menurut Sutrisno (2003) manajemen keuangan merupakan kumpulan kegiatan dari perusahaan atau organisasi untuk mendapatkan dana kemudian memakai dan mengalokasikan dana secara efektif dan efisien.

Fungsi manajemen keuangan menurut (Alexano, 2012) terbagi menjadi enam yakni:

1. Merencanakan tentang keuangan, misalnya merencanakan keuangan untuk masuk pos debit dan kredit.
2. Penganggaran keuangan, ketika pos sudah terisi maka manajemen keuangan menganggarkan pemakaian dana tersebut.
3. Pengelolaan keuangan, keuangan perlu diperhatikan dengan baik dan teliti sehingga tidak ada kesalahan yang akan mengakibatkan terancam untuk tidak dapat beroperasi lagi.
4. Pencarian dana, untuk menjalankan operasional bisnis tidak mampu hanya bergantung kepada keuangan pribadi pihak *internal* perusahaan saja dikarenakan bisnis yang dijalankan harus berkembang dan terus membutuhkan dana lebih.

5. Penyimpanan dan pengendalian dana, bagaimana cara menyimpan dan mengendalikan arus pemakaian keuangan sangat perlu diperhatikan sehingga tidak terjadi kesalahan maupun kehilangan dana.
6. Pemeriksaan keuangan, setiap penggunaan dana harus memiliki bukti akan penggunaan dana tersebut dan pada akhir periode harus diperiksa sehingga tidak ada kegiatan penyelewengan dana usaha.

Tugas manajemen keuangan pada dasarnya terbagi menjadi tiga yaitu mendapatkan dana untuk modal, mengelola dana dan membagi dana dari laba yang diperoleh (Alexano, 2012).

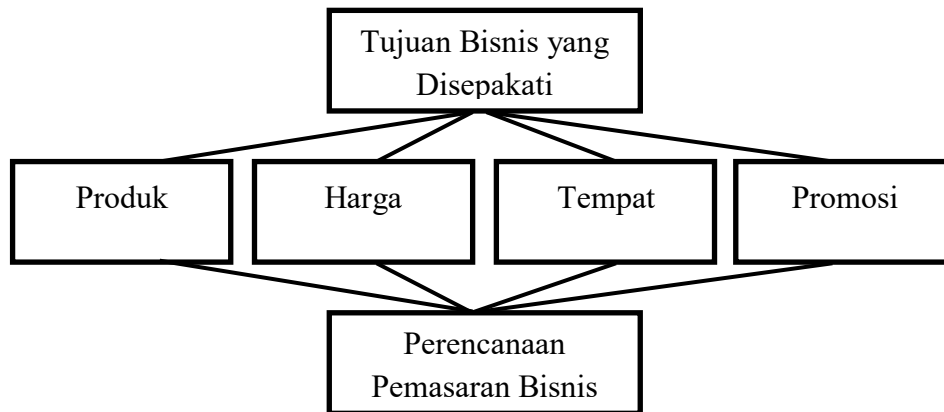
### 2.3.2 Manajemen Pemasaran

Pemasaran menurut American Marketing Association (AMA) adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsep, pemberian harga, promosi dan distribusi ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasi. Untuk menjalankan kegiatan berdasarkan definisi diatas maka perlu diperhatikan yang umumnya dikenal sebagai 4P (*Product, Price, Place, Promotion*).

Pendekatan bauran pemasaran (4P) bertujuan untuk menyelaraskan akan kebutuhan konsumen atau pelanggan. Bauran pemasaran digunakan oleh pelaku usaha ataupun perusahaan berfungsi sebagai meningkatkan penjualan produk perusahaan dengan memetakan strategi pemasaran pada pasar yang ditargetkan.

Adapun uraian mengenai unsur bauran pemasaran dasar sebagai berikut:





**Gambar 2.2: Bauran Pemasaran(4P)**

Sumber: Simon (2019)

Terlihat pada gambar diatas menunjukkan unsur bauran pemasaran yang dapat mengubah perencanaan pemasaran bisnis. Unsur yang digunakan tersebut akan oleh pihak manajemen untuk menempatkan *positioning* produk di pasar (Burtonshaw-Gunn, 2019).

### 2.3.3 Manajemen Hubungan Pelanggan

Dalam kegiatan bisnis, pelaku bisnis perlu mengetahui, memahami, merespon dan memuaskan tuntutan atau keinginan pelanggan terhadap produk kita agar keberlangsungan usaha dapat dipertahankan. Burtonshaw-Gunn(2019) mengatakan interaksi yang dilakukan pelaku bisnis dengan pelanggan bertujuan mendapati pemahaman yang sejelas-jelasnya mengenai tuntutan pelanggan dimasa mendatang.

Standar nasional yang dibentuk di United Kingdom (UK) yang diberi nama *National Vocational Qualification (VNQ)* menetapkan lima bagian utama dalam manajemen hubungan pelanggan yang perlu diperhatikan, diantaranya:

**Tabel 2.2 Unsur National Vocation Qualification (VNQ)**

Kegiatan	Indikator
1. Menjaga pelayanan yang dapat diandalkan	1. Mencatat setiap keluhan pelanggan 2. Membuat pola kerja yang baik untuk merespon keluhan pelanggan
2. Komunikasi	1. Memilih sistem informasi yang baik 2. Memiliki metode komunikasi yang baik
3. Mengembangkan hubungan kerja	1. Langsung merespon keluhan pelanggan 2. Menampilkan citra diri yang baik
4. Memecahkan masalah demi pelanggan	1. Mengidentifikasi masalah dari pelanggan 2. Mencari solusi 3. Mengambil tindakan
5. Menilai dan mengusulkan perubahan pelayanan yang lebih baik	1. Menggunakan umpan balik kepada pelanggan 2. mengusulkan perubahan

Sumber: (Burtonshaw-Gunn, 2019)

## 2.4 Manajemen Inovasi

### 2.4.1 Definisi Manajemen Inovasi

Perubahan adalah sesuatu yang tidak dapat dihindarkan oleh manusia, perubahan datang dengan seiring berjalannya waktu sehingga manusia akan tetap belajar sampai akhir hayat beradaptasi dengan perubahan yang terjadi. Perubahan terjadi maka manusia akan beradaptasi dengan cara menyesuaikan diri dengan mengambil langkah-langkah atau membuat kebijakan dan pada akhirnya akan menghasilkan sebuah *output* maka *output* tersebut dikenal dengan inovasi (Maarif & Kartika, 2017). Beberapa definisi inovasi dari beberapa ahli diantaranya:

1. Everett M. Rogers mengatakan inovasi adalah suatu ide, gagasan atau hal lain yang disadari dan diterima oleh individu atau kelompok dan kemudian diadopsi.
2. Stephen Robbins mengatakan suatu gagasan baru yang diterapkan pada suatu produk atau proses atau jasa merupakan suatu inovasi.

3. Dalam UU No. 18 Tahun 2002 dikatakan bahwa inovasi adalah suatu kegiatan penelitian dan pengembangan ilmu praktisi dan ilmu perkembangan serta perkembangan teknologi pada produk atau proses industri.

Dilihat dari beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa inovasi merupakan suatu *output* atau hasil dari ide atau gagasan yang diterima lalu kemudian diaplikasikan pada produk, jasa dan atau proses untuk mengembangkannya. Dikarenakan inovasi adalah *output* dari penerapan ide atau gagasan yang dipilih maka diperlukan tatanan dan aturan untuk mengelolanya maka daripada itu diperlukan ilmu manajemen untuk mengaturnya. Manajemen diperlukan untuk mengatur suatu inovasi dikarenakan ide atau gagasan yang muncul banyak dan beragam, keberadaan ide dan gagasan itu harus disusun dan dipilih mana yang sesuai dengan lingkungan atau kondisi usaha sehingga tidak terjadi ketidakcocokan yang berakhir dengan kegagalan pada usaha. maka definisi manajemen inovasi adalah suatu serangkaian kegiatan untuk mengelola ide atau gagasan untuk menciptakan nilai lebih (*value added*) baik produk atau perusahaan melalui kreatifitas yang akan menghasilkan sebuah *output* atau inovasi (Maarif & Kartika, 2017).

#### 2.4.2 Tipe Inovasi dan Karakteristiknya

Secara garis besar sebuah inovasi terbagi menjadi dua yakni *output* dan *input*. *Output* merupakan hasil yang diharapkan seperti produk dan jasa dengan proses baru, kekayaan intelektual yang dihasilkan seperti merek, desain dan lainnya. Sementara *input* merupakan hal yang menjadi modal awal gagasan seperti biaya investasi penelitian, biaya teknologi, aset tak berwujud lainnya.

Maarif & Kartika ( 2017) membagi inovasi berdasarkan karakteristik yang dimiliki, diantaranya:

1. Inovasi produk, memiliki karakter perubahan pada produk dan atau jasa atau keduanya yang baru.
2. Inovasi proses, memiliki karakter berjalan metode baru pada kegiatan yang bernilai tambah yang lebih baik (distribusi atau produksi).
3. Inovasi organisasional, memiliki karakter metode baru dalam mengelola, mengatur, mengkoordinasi, mengawasi dan etos kerja.
4. Inovasi bisnis, memiliki karakter kombinasi produk, proses dan struktur yang baru yang dimana dikenal juga sebagai model bisnis.



**Gambar: 2.3: Proses Transformasi Inovasi**

**Sumber:** (Maarif & Kartika, 2017)

*Input* dan *output* pada inovasi digambarkan sebagai proses transformasi yang akan menghasilkan suatu hasil atau inovasi. Proses transformasi dijelaskan pada gambar 2.3: Proses Transformasi Inovasi. Di atas digambarkan bahwa kreatifitas individu, kelompok dan organisasi merupakan *input* kemudian akan

disesuaikan dengan lingkungan, proses dan situasi atau keadaan usaha tersebut maka akan menghasilkan inovasi produk dan metode kerja yang efektif dan efisien.

### 2.4.3 Proses Inovasi

Proses inovasi merupakan serangkaian aktifitas yang dilakukan individual ataupun kelompok mulai dari penggunaan sumber daya pada *input* hingga mengimplementasikannya. Waktu menjalankan proses inovasi bergantung bagaimana sumber daya manusia dapat menyesuaikan dengan kebijakan terkait inovasi tersebut begitu juga dengan hasil inovasi tersebut sampai dianggap berhasil dan mempengaruhi positif pada bisnis. Menurut Maarif & Kartika (2017), dalam proses inovasi terbagi menjadi lima tahap diantaranya:

#### 1. Tahap Pengetahuan

Tahap pengetahuan yaitu tahap untuk menyadari adanya kebutuhan dalam bisnis untuk diperbaiki dan mempelajari lebih jauh terkait kebijakan inovasi tersebut. Pada tahap ini pihak manajemen diminta mampu dan dapat mengetahui sektor atau pada bagian apa yang membutuhkan perbaikan dengan mengimplementasikan sebuah kebijakan inovasi dan menginformasikan kebijakan tersebut kepada bawahan atau anggota dalam tim, jika tidak maka biaya investasi penelitian dan biaya lain yang terkait dengan pembuatan kebijakan inovasi akan terbuang sia-sia dan kondisi bisnis akan tidak sehat.

#### 2. Tahap Bujukan (persuasi)

Tahap bujukan atau persuasi yaitu tahap menginformasikan kebijakan inovasi kepada karyawan dan membantu karyawan memahami kebijakan

tersebut. Suatu kebijakan yang dibuat tidak semuanya dapat diterima langsung oleh semua karyawan dikarenakan kebijakan terbaru merupakan sesuatu diluar dari kebiasaan dalam operasional usaha. Maka daripada itu pihak manajemen harus mampu membimbing karyawan untuk menyesuaikan diri dengan kebijakan terbaru.

### 3. Tahap Keputusan

Tahap keputusan yaitu tahap keberlangsungan setelah diterima atau tidak kebijakan inovasi tersebut, apabila diterima maka karyawan akan sepenuhnya melaksanakan kegiatan penerapan dan jika tidak diterima maka karyawan tidak sepenuhnya menjalankan kegiatan penerapan inovasi tersebut. Umumnya karyawan menjalankan penerapan kebijakan inovasi dilakukan dalam hal kecil atau sebagian dan apabila diterima maka karyawan akan menerapkan untuk ke bagian yang lain.

### 4. Tahap Implementasi

Tahap implementasi adalah lanjutan dari tahap keputusan. Tahap implementasi tentunya dilakukan mengikuti hasil pada tahap keputusan. Pada tahap implementasi ini berlangsung keaktifan baik mental maupun perbuatan dikarenakan tolak ukur tahap implementasi ini dilihat dari praktik atau tindakan karyawan menjalankan kebijakan yang dibuat. Pada tahap ini memungkinkan terjadi penyesuaian sedikit terkait kebijakan yang disebut sebagai *Re-invention* (inovasi kembali).

### 5. Tahap Konfirmasi

Tahap konfirmasi disebut juga sebagai tahap evaluasi dimana ketika sudah menjalankan tahap implementasi maka akan menghasilkan suatu *output*

atau data yang bersifat objektif misalnya kenaikan pendapatan, kenaikan taraf etos kerja dan lainnya maka akan dilakukan tahap evaluasi apakah kebijakan yang sudah dijalankan akan tetap dijalankan atau akan ada *re-invention* secara garis besar.

## 2.5 Model Bisnis Canvas (BMC)

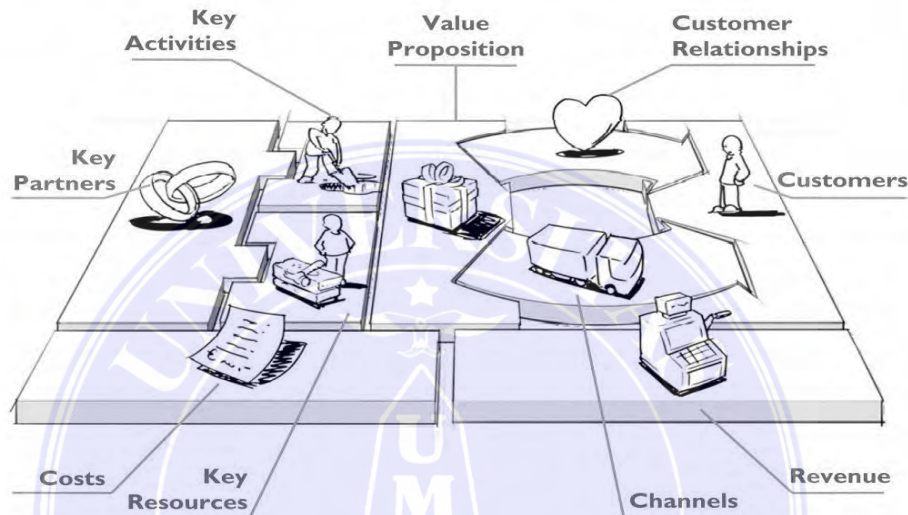
Bisnis merupakan kegiatan yang memiliki unsur yang kompleks dan harus diperhatikan dengan sebaik-baik mungkin dan tidak banyak karenanya pelaku bisnis melakukan kesalahan atau mengabaikan salah satu unsur bisnis. Maka daripada itu diperlukan suatu metode untuk memetakan bisnis melalui kerangka kerja (*frame work*) supaya kinerja lebih optimal. Kata “kanvas” yang mengartikan sebagai wadah untuk memvisualisasikan logika berpikir, gagasan dan ide bagi setiap *desainer* maka dianalogikan *desainer* tersebut merupakan pihak pelaku bisnis.

### 2.5.1 Pengertian Bisnis Model Canvas (BMC)

Bisnis Model Canvas merupakan kerangka kerja (*frame work*) yang dipetakan atau divisualisasikan dalam selembar kertas mengenai kunci atau elemen yang penting bagi suatu bisnis (Royan, 2014). Bisnis Model Canvas pertama kali dikenalkan oleh Osterwalder dan Pigneur. Bisnis Model Canvas berguna untuk mengetahui apa saja yang terpenting untuk memulai bisnis, menjalankan bisnis dan mempertahankan bisnis, sebagai contoh sudah banyak metode Bisnis Model Canvas diterapkan dalam universitas termasuk dalam melakukan praktik bisnis secara langsung. Mahasiswa akan diajarkan bagaimana mencari berbagai hal yang berkaitan mengenai bisnis yang dijalankan seperti

bagaimana mereka mencari mitra bisnis, bagaimana mereka memulai kegiatan produksi untuk pertama kali hingga bagaimana mereka membentuk citra bisnis seperti merek, kualitas produk dan lainnya.

Contoh umum Bisnis Model Canvas sebagai berikut:



**Gambar 2.4: Contoh Bisnis Model Canvas**

Sumber: (Royan, 2014)

### 2.5.2 Elemen Dalam Bisnis Model Canvas (BMC)

Dalam Bisnis Model Canvas menggambarkan secara garis besar bagaimana sebuah bisnis atau usaha berjalan. Alexander Osterwalder dalam bukunya menguraikan elemen sederhana. Terdapat elemen atau faktor kunci dari Bisnis Model Canvas seperti yang tertera pada gambar 2.3. Elemen tersebut memiliki pengaruh dalam menentukan dan membawa arah bisnis menjadi lebih baik atau tidak. Berikut penjelasan elemen atau faktor kunci dari Bisnis Model Canvas diantaranya:



### 1. *Key Partners* (mitra kunci)

Menjalin kerja sama atau kemitraan sangat berpengaruh dalam menjalankan sebuah usaha dikarenakan keuntungan sebuah bisnis menjalin hubungan kemitraan diantaranya menghemat pengeluaran yang tidak diperlukan dan menjamin ketersediaan bahan baku dan lainnya (Kurniasari & Kartikasari, 2018). Alasan pelaku usaha untuk menjalin hubungan kemitraan diantaranya:

1. Mencapai optimasi dan efisiensi dalam kegiatan operasi usaha yang diserahkan kepada pihak lain dimana dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan.
2. Untuk mendapatkan sumber daya yang tidak dimiliki oleh perusahaan.
3. Untuk mendapatkan pengetahuan dalam menjalankan suatu usaha dimana kemitraan yang dijalin dengan pelaku usaha yang sama dengan usaha yang dijalankan.
4. Kemitraan yang dijalankan untuk mengakuisisi perusahaan baik mengembangkan atau membuka pasar baru yang dijalankan oleh pihak luar.

### 2. *Key Activities* (aktifitas kunci)

Aktifitas kunci berpengaruh untuk mengingatkan kepada pelaku usaha untuk menjalankan kegiatan dalam operasional bisnis yang diperlukan saja dimana kegiatan tersebut mampu menunjang keberhasilan bisnis. Kurniasari (2018) membagi aktifitas kunci menjadi tiga garis besar yaitu:

1. Aktifitas operasi produksi yaitu aktifitas yang terkait dengan perancangan, pembuatan dan penyerahan produk kepada pelanggan.
2. Operasi jasa yaitu kegiatan yang dilakukan pada pelaku usaha berbasis pelayanan jasa.
3. *Platform* dan jaringan yaitu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang berbasis teknologi baik dalam merancang, membangun dan mengembangkan *software* dan *hardware* dalam jejaring internet.

### 3. *Key Resources* (sumber daya kunci)

Sumber daya kunci menampilkan aset- aset terpenting bagi usaha seperti aset fisik (gedung, mesin, perlengkapan, kendaraan dan lainnya), aset non-fisik (merek, hak cipta, hak merek dan lainnya), finansial (meliputi keuangan perusahaan) dan manusia yang bekerja maupun yang bermitra untuk membantu kegiatan operasional perusahaan (Permana, 2013).

### 4. *Value Proposition* (proposisi nilai)

Proposisi nilai menggambarkan keunikan dari produk yang dihasilkan sehingga produk yang dimiliki berbeda dengan produk lain dan berharap dari perbedaan tersebut dapat mengatasi permasalahan pelanggan. Proporsi nilai dapat membuat pelanggan tetap bertahan kepada produk perusahaan dan membuat konsumen lain akan berpindah dikarenakan keunikan dari produk yang ditawarkan.

Permana (2013) menguraikan ada beberapa hal yang memberikan kontribusi pada pemberian proporsi nilai pada produk diantaranya:

1. Kebaruan dari produk yang ditawarkan baik dari segi fitur, model, fungsi maupun inovasi dari produk.
2. Kinerja yang ditingkatkan untuk memuhi kepuasan pelanggan baik dalam waktu pemesanan, kualitas produk dan lainnya.
3. Kostumisasi yang ditawarkan untuk pelanggan sehingga pelanggan mampu memesan dengan model, fungsi dan sebagainya yang konsumen inginkan.
4. Merek yang baik dan terkenal dapat menaikkan proporsi nilai pada produk sehingga dapat menaikkan status sosial dari pengguna produk.
5. Harga yang ditawarkan dapat memberikan stimulus bagi konsumen untuk memilih produk yang ditawarkan.
6. Akses dalam pendistribusian produk untuk sampai kepada pelanggan sehingga pelanggan yang berada di luar kota dapat memiliki produk tersebut.

##### 5. *Customer Relationship* (hubungan pelanggan)

Kunci hubungan pelanggan bertujuan untuk bagaimana pelaku usaha mencari pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan menawarkan produk terbaru kepada pelanggan (Kurniasari & Kartikasari, 2018). Hubungan yang dibangun dapat berupa hubungan

personal maupun otomatis melalui robot atau mesin. Terdapat beberapa jenis hubungan pelanggan yang terjalin diantaranya:

1. *Personal asisten* yaitu hubungan yang terjalin antara dua orang baik secara tatap muka, melalui telepon genggam, surat elektronik dan lainnya.
2. *Dedicated personal asisten* yaitu bentuk pelayanan yang diberikan secara khusus kepada pelanggan tertentu sehingga mereka mendapatkan perlakuan khusus.
3. *Self service* atau swalayan yaitu hubungan antara pelaku usaha dengan pelanggan dimana pelanggan diberikan akses untuk melakukan kegiatan pembelian atau transaksi secara mandiri.
4. *Automated service* yaitu layanan yang diberikan kepada pelanggan dengan menggunakan bantuan robot atau internet dalam menjalankan kegiatannya.
5. Komunitas yaitu pembentukan suatu kelompok dimana dalam satu kelompok tersebut membawakan nama suatu merek produk.
6. Kokreasi yaitu pemberian kesempatan untuk mengikutsertakan pelanggan dalam pembuatan desain produk.

#### 6. *Channels* (saluran)

Saluran adalah elemen yang menggambarkan cara bagaimana pelaku usaha berinteraksi ke pelanggan seperti bagaimana cara pelaku usaha menanggapi respon pelanggan, bagaimana distribusi produk ke pelanggan, bagaimana cara memudahkan pelanggan memberi nilai atas

produk dan lain sebagainya (Kurniasari & Kartikasari, 2018). Adapun fungsi saluran dalam konsep Bisnis Model Canvas diantaranya:

1. Meningkatkan kesadaran pelanggan akan produk tersebut.
2. Membantu pelanggan untuk mengevaluasi proporsi nilai produk tersebut.
3. Memberikan pelayanan purna jual kepada pelanggan.

#### 7. *Customer Segments* (segmen pelanggan)

Pelanggan menjadi kunci utama dalam keberlangsungan sebuah usaha dikarenakan pelanggan yang membeli produk dan menjadi pendapatan bagi sebuah bisnis. Pada blok *customer segment* dikelompokkan sebagai kesamaan kebutuhan, kesamaan perilaku dan lain sebagainya sehingga pelaku usaha dapat mengetahui bagaimana cara memuaskan konsumen (Permana, 2013).

Ada beberapa syarat dimana kelompok pelanggan dikategorikan sebagai segmentasi pasar yang dituju apabila dapat memenuhi syarat tersebut, diantaranya:

1. Dilayani dan dipuaskan melalui nilai proporsi dari usaha yang dimiliki.
2. Diperlukan pendekatan kepada pelanggan dengan metode yang berbeda.
3. Memberikan keuntungan yang berbeda dikarenakan pembayaran dari konsumen sesuai dengan persepsi nilai yang mereka terima.

## 8. *Cost Structure* (struktur biaya)

Struktur biaya menggambarkan bagaimana dana yang dimiliki akan dialokasikan dan dapat diputuskan apakah akan menggunakan biaya rendah atau tinggi dari satu pengalokasian biaya. Menurut Permana (2013) terdapat dua jenis pendekatan struktur biaya diantaranya:

1. Terpacu biaya yaitu pendekatan yang berorientasi pada harga murah yang ditawarkan sehingga pelaku usaha menetapkan strategi yang mengurangi biaya operasional.
2. Terpacu nilai yaitu pendekatan yang berorientasi pada kenaikan nilai yang diberikan baik fungsi atau kualitas yang diatas rata-rata sehingga pelaku usaha menetapkan strategi untuk meraih pelanggan tertentu.

## 9. *Revenue Streams* (aliran dana masuk)

Aliran dana masuk menggambarkan bagaimana dana yang diperoleh dari pelanggan maupun dana investasi dari pihak lain yang akan digunakan kemudian. Pada aliran dana masuk digunakan untuk mengetahui apa nilai unggul yang diberikan sehingga konsumen akan membayar, bagaimana cara mereka membayar dan apa saja sumber dana bisnis yang dijalankan (Kurniasari & Kartikasari, 2018).

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

##### 3.1.1 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan setelah selesai seminar proposal yaitu pada pertengahan bulan februari tahun 2021 dan diselesaikan secepatnya pada bulan april tahun 2021 mengingat jangka waktu dari seminar proposal ke seminar hasil umumnya hanya dua bulan.

**Tabel 3.1: Jadwal Penelitian**

No	Kegiatan	Bulan Pada Tahun 2021					Keterangan
		JAN	FEB	MAR	APR	MEI	
1	Penyusunan proposal						
2	Seminar proposal						
3	Mengelola data						
4.	Seminar hasil						
5.	Pengajuan berkas sidang						
6.	Sidang						

##### 3.1.2 Tempat Penelitian

Tempat penelitian dilakukan secara *offline* (tatap muka) terhadap pengerajin aksesoris berbahan resin yang berada di kota Medan dan penjual aksesoris berbahan resin yang memiliki toko di kota Medan dan secara *online* (jarak jauh) terhadap pengerajin aksesoris berbahan resin yang berada di luar kota Medan.

## 3.2 Metodologi Penelitian

### 3.2.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu menjelaskan secara jelas dari hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti terhadap pihak yang terlibat dari aksesoris berbahan resin baik pengerajin maupun penjual sehingga jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono (2017) mengatakan metode analisis deskriptif kualitatif adalah metode analisis yang digunakan untuk meneliti kondisi mengenai suatu objek dimana peneliti menjadi instrumen kunci.

### 3.2.2 Sifat Penelitian

Penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif yaitu pendekatan penelitian yang memberikan gambaran secara jelas dan terperinci mengenai suatu objek atau permasalahan yang terjadi kemudian mencari kesimpulan atas masalah tersebut (Sugiyono, 2017)

### 3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan melalui dua cara yaitu studi kepustakaan (*library research*) dan studi lapangan (*field research*). Penggabungan data primer dan data sekunder dapat menguatkan data dan kemudian mampu menjelaskan kesimpulan lebih baik dibanding hanya data primer atau sekunder saja.

#### 1. Studi kepustakaan

Pada studi kepustakaan dilakukan dengan mengambil data sekunder atau literatur-literatur yang terdapat dari buku, jurnal, maupun



dokumen yang dapat menguatkan argumen peneliti mengenai penelitian yang dilakukan.

## 2. Kuesioner atau angket

Kuesioner atau angket merupakan salah satu metode pengumpulan data dimana melalui formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan tertulis yang diajukan oleh peneliti untuk mendapatkan tanggapan atau respon dari responden mengenai sesuatu hal untuk keperluan peneliti (Sugiyono, 2017). Kuesioner diperlukan oleh peneliti untuk mengetahui lebih lanjut mengenai tanggapan responden mengenai kerajinan tangan dari resin dimana pertanyaan yang diberikan oleh peneliti yaitu pertanyaan terstruktur (tertutup) yaitu pertanyaan yang memiliki jawaban yang sudah dipersiapkan oleh peneliti dan hanya tinggal dipilih oleh responden, lalu pertanyaan tidak berstruktur (terbuka) yaitu pertanyaan yang diberikan oleh peneliti tanpa membatasi jawaban dari responden sehingga responden dapat memberikan jawaban secara leluasa.

## 3. Wawancara (*interview*)

Pada studi lapangan dilakukan dengan metode wawancara. Menurut Sugiyono dalam buku Metode Penelitian: Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D. Metode wawancara (*interview*) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan apabila seorang peneliti ingin mengetahui hal-hal yang terperinci untuk menemukan permasalahan (Sugiyono, 2017).

Metode wawancara yang dilakukan terbagi atas wawancara secara langsung dan wawancara secara tidak langsung. Wawancara secara langsung dilakukan

dengan mewawancarai pihak pengerajin aksesoris berbahan resin dan penjual aksesoris berbahan resin secara tatap muka. Dalam wawancara secara langsung, pertanyaan yang diberikan terdiri dari pertanyaan terbuka dan tertutup. Sugiyono (2017) berpendapat pertanyaan tertutup merupakan instrumen penelitian berupa pertanyaan tertulis dan jawaban sudah tersedia dan responden hanya menjawab jawaban yang sudah tersedia, dan pertanyaan terbuka merupakan instrumen penelitian yang pertanyaan yang diberikan tidak memiliki batasan jawaban.

Wawancara secara tidak langsung dilakukan dengan cara berdialog melalui telepon dengan pihak pengerajin aksesoris berbahan resin dan penjual aksesoris berbahan resin.

### **3.2.4 Teknik Analisis Data**

Analisis data yang dilakukan oleh peneliti yaitu analisis data kualitatif. Analisis kualitatif yaitu pendekatan penelitian yang digunakan untuk melihat atau mengungkapkan suatu fenomena atau permasalahan dan menemukan makna mendalam dari fenomena tersebut (Sugiyono, 2017). Berdasarkan penjelasan analisis kualitatif tersebut maka hasil akhir dari penelitian ini merupakan penjelasan yang diuraikan dan diinterpretasikan untuk memperoleh suatu kesimpulan secara deduktif untuk menjawab pokok bahasan yang ada.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Keinginan dan kebutuhan konsumen terus berubah dari waktu ke waktu mengikuti perubahan zaman. Oleh sebab itu, pelaku usaha khususnya pelaku usaha kerajinan tangan dan bidang ekonomi kreatif lainnya harus mampu beradaptasi dengan perubahan kebutuhan konsumen dan pasar. Sumber daya manusia menjadi faktor terpenting bagaimana bisnis akan bertahan dalam pasar. Maka daripada itu, untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia pada bisnis ABERASI yakni pemberian motivasi, peningkatan kompetensi anggota, membuat sertifikasi pelatihan, belajar dari pengusaha sejenis dan mengikuti bazar atau pameran.

#### 5.2 Saran

Saran yang diberikan akan sangat bermanfaat untuk kesempurnaan penelitian dan pembaca. Dari penelitian ini yang berjudul “Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Aksesoris Berbudaya Melalui Resin (ABERASI)” maka penulis memberi saran diantaranya:

1. Bagi pelaku usaha, menetapkan kebijakan dalam bisnis harus menyesuaikan dengan kondisi bisnis tersebut khususnya sumber daya manusia yang dimiliki.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menentukan metode *survey* yang lebih akurat untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- (n.d.). Retrieved from [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id).
- Alexano, P. (2012). *MANAJEMEN KEUANGAN: Untuk Pemula dan Orang Awam*. Jakarta Timur: Laskar Aksara.
- Almasri, N. M. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Implementasi Dalam Pendidikan Islam*. KUTUBKHANAH, 133-151.
- Anggriawan, D., & Setiawan, T. (2018). *Bagaimana Analisis Pendapatan dan Biaya Relevan Atas Bisnis Online? Jurnal Ilmiah Manajemen*, 119-122.
- Anwar, C. M., & Utami, M. C. (2012). *Analisis SWOT Pada Strategi Bisnis Dalam Kompetisi Pasar (Studi Kasus: Toko Pojok Madura)*. *Studia Informatika*, 1-9.
- Bakir, & Hozairi. (2018). *Pemberdayaan Wanita Nelayan Madura Melalui Industri Kreatif Batik*. *SENIAS*, 105-109.
- Burtonshaw-Gunn, S. A. (2019). *Alat dan Teknik Analisis Manajemen: Alat, Model dan Catatan Bagi Para Manajer dan Konsultan*. Jakarta Barat: Indeks.
- Ghassani, N. (2015). *Kemitraan Pengembangan UMKM (Studi Deskriptif Tentang Kemitraan PT. PJB (Pembangkit Jawa Bali) Unit Gresik Pengembangan UMKM Kabupaten Gresik*. *KEBIJAKAN DAN MANAJEMEN PUBLIK*, 142-151.
- Haryono, N., & Octavia, R. (2014). *Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen*. *INDEPT*, 20-27.
- Kamil, M. (2003). *Model-Model Pelatihan*. 1-23.
- Kaparang, O. M. (2013). *Analisa Gaya Hidup Remaja Dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi*. *ACTA DIURNA*, 1-15.
- Kurniasari, R., & Kartikasari, D. (2018). *Penerapan Model Bisnis Canvas Terhadap Bisnis Jasa Angkut Penumpang Pada PT Internasional Golden Shipping*. *Journal Of Applied Managerial Accounting*, 6-14.
- Larasati, S. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: deepublish.
- Luila, V., & Haryadi, B. (2013). *Pengembangan Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia Pada PT. Ageless Aesthetic Clinic*. *AGORA*, 1-9.

- Maarif, M. S., & Kartika, L. (2017). *Manajemen Perubahan dan Inovasi Upaya Meningkatkan Daya Saing Organisasi*. Bogor: IPB Press.
- Mustikawati, R. I., & Tysari, I. (2014). *Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Pada UKM Sentra Kabupaten Malang)*. *MODERNISASI*, 23-37.
- Permana, D. J. (2013). *Analisis Peluang Bisnis Media Cetak Melalui Pendekatan Bisnis Model Canvas Untuk Menentukan Strategi Bisnis Baru*. 309-319.
- Putri, W. S., Nurwati, R. N., & Budiarti, M. (n.d.). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja*. *PROSIDING KS: RISET & PKM*, 47-51.
- Ratnagung, C. G., Khuzaeni, Somad, A., Supardi, Y., & Ratnasih, P. (2019). *Peran Perguruan Tinggi Dalam Meningkatkan Pemasaran Produksi Kelompok UPPKS Rambutan Kelompok Usaha Kecil Kreatif Pembuat Emping Jagung Pada Kampung Dangdang RT.01 RW.01 Desa Dangdang, Banten*. *BAKTIMAS*, 218-222.
- Royan, F. (2014). *Bisnis Model Canvas Distributor*. Jakarta: PT Gramedia.
- Safitri, D., Arneliwati, & Erwin. (2014). *Analisis Indikator Gaya Hidup Yang Berhubungan Dengan Usia Menarche Remaja Putri*. *JOM PSIK VOL.1 NO.2 OKTOBER 2014*, 1-10.
- Sahudiyono. (2015). *Memahami Fungsi-Fungsi Manajemen Sumberdaya Manusia (MSDM) Guna Mengoptimalkan Kinerja Perusahaan Pelayaran*. *JURNAL ILMU-ILMU KEMARITIMAN, MANAJEMEN DAN TRANSPORTASI*, 21-46.
- Setiawan, R. E. (2016). *Pengembangan Sumber Daya Manusia di Bidang Pariwisata: Perpektif Potensi Wisata Daerah Berkembang*. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 23-35.
- Sugijono. (2016). *Pemeliharaan Karyawan Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia*. 46-52.
- Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhairi. (2020). *Persepsi Loyalitas Konsumen Terhadap Produk (Survey Konsumen J.CO Donuts & Coffe)*. *Tansiq*, 53-66.
- Wahyuni, R. B., Soesilowati, E., & Banowati, E. (2016). *Gaya Hidup Remaja Kelas Menengah Kota Pekalongan*. *Journal Of Educational Social Studies*, 97-103.

- Widhyanto, D. G., & Junaedi, S. M. (2016). *Studi Tipe Perilaku Pembelian Impulsif Pada Konsumen Generasi Y*. 1-15.
- Widyastuti, I., Rachmawati, D. S., & Kumiasih, N. (2014). *Kebutuhan Informasi Gaya Hidup Remaja Tentang Fashion Di Sekolah Menengah Pertama Negeri 21 Bekasi*. *JURNAL KAJIAN INFORMASI & PERPUSTAKAAN*, 81-86.
- Wijanarko, A., & Susila, I. (2016). *Faktor Kunci Keberhasilan UMKM Kreatif. Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis & Call For Paper*, 67-81.
- Yunus, E. (2012). *Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Pegawai KPPBC Tipe Madya Pabean Tanjung Perak Surabaya*. *EKUITAS*, 368-387.
- Yusuf, B. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia Di Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Zanah, R. M., & Sulaksana, J. (2016). *Pengaruh Fungsi Manajemen Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan*. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Peternakan*, 157-166.



## DATA NARASUMBER

### **Pelaku Usaha 1.**

#### A. Biodata Diri

Nama Lengkap : Muhammad Yusuf Habibi Siregar  
 Tempat Tanggal Lahir : Kisaran, 26 Februari 2000  
 Alamat : Kisaran  
 Pendidikan : Universitas Medan Area  
 Alamat *E-mail* : habibi.siregar@gmail.com

#### B. Data Usaha

Nama Usaha : Resin Art Siregar  
 Alamat Toko : Jl. Ismail Harun Gg. Kemuning  
 Usia Usaha : 1 Tahun  
 Akun Media Sosial Usaha : Instagram @resinartsiregar

### **Pelaku Usaha 2.**

#### A. Biodata Diri

Nama Lengkap : Fachrul Roji Siregar  
 Tempat Tanggal Lahir : Medan, 16 April 1998  
 Alamat : Medan  
 Pendidikan : Universitas Medan Area  
 Alamat *E-mail* : Fachrulroji630@gmail.com

#### B. Data Usaha

Nama Usaha : Galeri Base Macan  
 Alamat Toko : Jl. Darmais 3 Komplek Veteran  
 Usia Usaha : 1 Tahun  
 Akun Media Sosial Usaha : Instagram @galeribasemacan



**Pelaku Usaha 3.****A. Biodata Diri**

Nama Lengkap : Putri Aulia Balqis  
Tempat Tanggal Lahir : Kediri, 28 April 1999  
Alamat : Jl. Mawar Dusun 2 Helvetia  
Pendidikan : SMA  
Alamat *E-mail* : putriauliabalqis28@gmail.com

**B. Data Usaha**

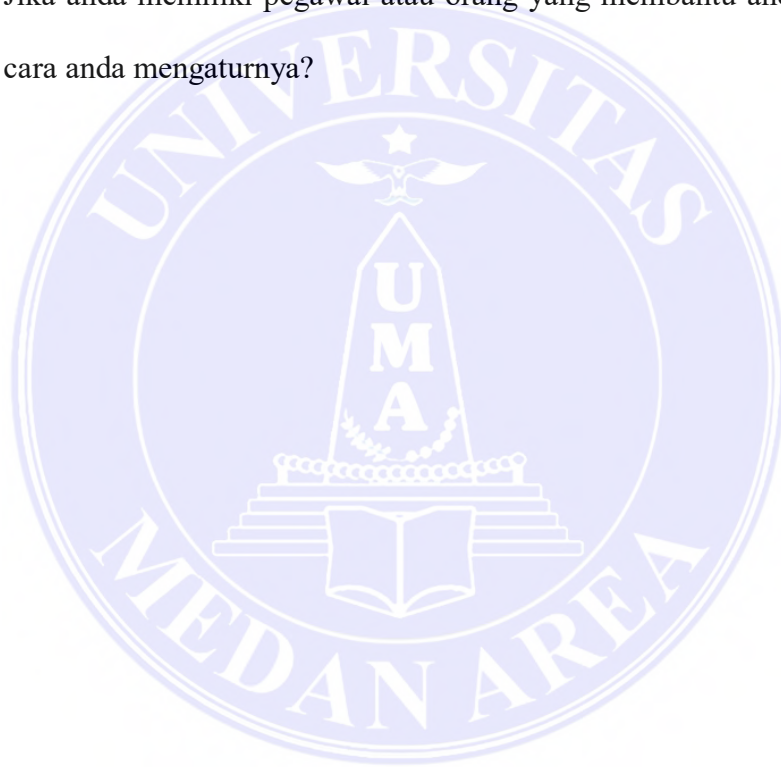
Nama Usaha : Secrif.co  
Alamat Toko : Kota Kediri, Jawa Timur  
Usia Usaha : 3 Tahun  
Akun Media Sosial Usaha : Instagram @secrif.co



## PEDOMAN WAWANCARA

### Daftar Pertanyaan.

1. Dari mana anda mengambil sebuah inovasi?
2. Pada bagian apa yang membutuhkan suatu inovasi?
3. Apa saja kriteria atau halangan bagi anda untuk melakukan sebuah inovasi?
4. Jika anda memiliki pegawai atau orang yang membantu anda, bagaimana cara anda mengaturnya?



## TRANSKIP WAWANCARA

### A. Transkrip wawancara pelaku usaha 1.

Nama Pelaku Usaha : Muhammad Yusuf Habibi Siregar  
 Nama Usaha : Resin Art Siregar  
 Hari/Tanggal Wawancara : Senin/15 Februari 2021  
 Waktu : 10:00 WIB  
 Lokasi : Via aplikasi Zoom Meeting

Peneliti	Dari mana anda mengambil sebuah inovasi?
Responden	Mungkin awalnya desainnya dari permintaan konsumen karena usaha kami bisa <i>custom</i> jadi desain awal mungkin berasal dari konsumen dan kemudian jika untuk eksistensi dan keberlangsungan usaha mungkin lebih banyak melihat dari produk sejenis yang dipasarkan di aplikasi instagram.
Peneliti	Pada bagian apa yang membutuhkan suatu inovasi?
Responden	Hal yang sangat banyak diperbaharui pada segi model dikarenakan pada saat ini usaha hanya memproduksi model yang biasa dibuat dari jenis kalung, gelang dan gantungan kunci maka untuk memperbanyak desain dan jenis produk diperlukan inovasi.
Peneliti	Apa saja kriteria atau halangan bagi anda untuk melakukan sebuah inovasi?
Responden	Untuk saat ini halangan untuk melakukan inovasi yaitu di alat atau mesin dikarenakan alat atau mesin yang digunakan masih dengan cara meminjam dengan teman atau kenalan sehingga untuk memproduksi produk tersebut hanya bisa dilakukan apabila alat atau mesin tersebut tidak sedang digunakan oleh pemiliknya kemudian akan berpengaruh dengan waktu produksi yang lebih lama.
Peneliti	Jika anda memiliki pegawai atau orang yang membantu anda, bagaimana cara anda mengaturnya?
Responden	Sejauh ini masih belum ada pegawai tetap yang dipekerjakan. Jadi untuk kegiatan produksi masih dilakukan oleh satu orang saja sehingga tidak ada pembagian tugas dalam kegiatan produksi.

**B. Transkrip wawancara pelaku usaha 2.**

Nama Pelaku Usaha : Fachrul Roji Siregar  
 Nama Usaha : Galeri Base Macan  
 Hari/Tanggal Wawancara : Senin/15 Februari 2021  
 Waktu : 20:00 WIB  
 Lokasi : Via aplikasi Zoom Meeting

Peneliti	Dari mana anda mengambil sebuah inovasi?
Responden	Untuk keberlangsungan usaha biasanya dari pemikiran sendiri sih, tetapi jika konsumen yang <i>request</i> produk yang diinginkan maka desainnya sih konsumen yang mencari. Mereka kirim foto produk yang diinginkan lalu kami liat dan pelajari bagaimana membuat desain produk tersebut lalu memutuskan apakah bisa desain tersebut kami buat atau produksi.
Peneliti	Pada bagian apa yang membutuhkan suatu inovasi?
Responden	Untuk melakukan inovasi paling banyak pada bagian fungsi dan model, untuk lainnya mungkin bisa dikesampingkan dulu. Dikarenakan fungsi dan model yang sekarang ini masih kalung dan gelang sehingga diperlukan inovasi untuk mengembangkan produk sehingga konsumen tidak bosan dan beralih ke usaha lain.
Peneliti	Apa saja kriteria atau halangan bagi anda untuk melakukan sebuah inovasi?
Responden	Sejauh ini yang masih terkendala dalam melakukan inovasi yaitu mencari bahan baku dan alat yang digunakan. Saat ini alat atau mesin yang digunakan masih dengan cara meminjam dengan teman yang memiliki alat tersebut.
Peneliti	Jika anda memiliki pegawai atau orang yang membantu anda, bagaimana cara anda mengaturnya?
Responden	Untuk saat ini belum ada pegawai yang dipekerjakan melainkan dengan teman se-tim yang saling bantu dengan membagi apa yang perlu dilakukan oleh anggota tim.

### C. Transkrip wawancara pelaku usaha 3.

Nama Pelaku Usaha : Putri Aulia Balqis  
 Nama Usaha : Secrif.co  
 Hari/Tanggal Wawancara : Kamis/18 Februari 2021  
 Waktu : 10:00 WIB  
 Lokasi : Via aplikasi Google Meet

Peneliti	Dari mana anda mengambil sebuah inovasi?
Responden	Untuk desain produk yang konsumen yang meminta atau request maka desain produk dari konsumen dengan dibantu dan dibimbing oleh kami dan juga kemudian jika untuk eksistensi dan keberlangsungan usaha mungkin lebih banyak melihat dari produk sejenis yang dipasarkan di aplikasi instagram, pinterest dan aplikasi media sosial lainnya.
Peneliti	Pada bagian apa yang membutuhkan suatu inovasi?
Responden	Hal yang sangat banyak diperbaharui pada segi model dikarenakan usaha ekonomi kreatif sangat berpengaruh jika inovasi terus dilakukan untuk memuaskan keinginan konsumen yang beragam.
Peneliti	Apa saja kriteria atau halangan bagi anda untuk melakukan sebuah inovasi?
Responden	Untuk saat ini halangan untuk melakukan inovasi yaitu di pencarian bahan baku dan pemesanannya dikarenakan kebutuhan bahan baku untuk membuat produk tersebut hanya membutuhkan sedikit tetapi pembelian bahan baku tidak bisa sedikit melainkan banyak maka dari itu cara untuk mengatasinya kami menginformasikan terlebih dahulu kepada konsumen apakah konsumen mau jika harga untuk produk tersebut dinaikan dalam taraf wajar.
Peneliti	Jika anda memiliki pegawai atau orang yang membantu anda, bagaimana cara anda mengaturnya?
Responden	Sejauh ini sudah ada satu orang pegawai pegawai tetap yang dipekerjakan. Jadi untuk kegiatan produksi masih dilakukan oleh satu orang saja sehingga tidak ada pembagian tugas dalam kegiatan produksi sementara pegawai yang dipekerjakan lebih bertugas pada administrasi usaha atas penjualan dan kegiatan pemasaran melalui media sosial.

## DATA NARASUMBER

### A. Narasumber 1.

Nama : Ovi Milenia Trinasa  
Tempat Tanggal Lahir : Pancur Batu, 18 Oktober 1999  
Alamat : Jalan Jamin Ginting  
Alamat E-mail : ovimileniasurbakti@gmail.com

### B. Narasumber 2.

Nama : Arfita Dewi  
Tempat Tanggal Lahir : Lubuk Pakam, 27 September 1999  
Alamat : Dusun 7 Pasar 5 Gg. Pacet Sei Mencirim  
Alamat E-mail : arfitadewi007@gmail.com

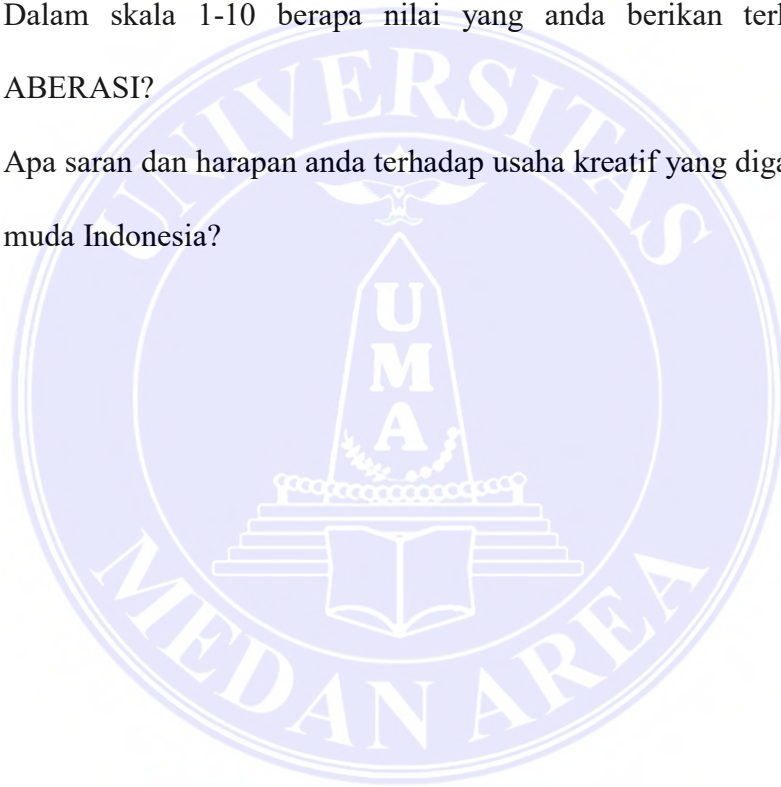
### C. Narasumber 3.

Nama : Orsella Nuraina  
Tempat Tanggal Lahir : Pancur Batu, 10 Oktober 2000  
Alamat : Jalan Jamin Ginting No. 23  
Alamat E-mail : kaksela@gmail.com

## PEDOMAN WAWANCARA

### Daftar Pertanyaan.

1. Bagaimana pendapat anda mengenai produk ABERASI?
2. Selama produk digunakan sebagai apa?
3. Selama menggunakan produk ABERASI ada menimbulkan masalah pada produk?
4. Dalam skala 1-10 berapa nilai yang anda berikan terhadap produk ABERASI?
5. Apa saran dan harapan anda terhadap usaha kreatif yang digagas oleh anak muda Indonesia?



## TRANSKIP WAWANCARA

### A. Transkrip Wawancara Narasumber 1.

Nama : Ovi Milenia Trinasa  
 Alamat E-mail : ovimileniasurbakti@gmail.com  
 Hari/Tanggal Wawancara : 13 Januari 2021  
 Waktu : 13:00 WIB

Peneliti	Bagaimana pendapat anda mengenai produk ABERASI?
Responden	Produk lumayan bagus, kuat dan halus permukaannya, kemasannya juga bagus dan menarik.
Peneliti	Selama produk digunakan sebagai apa?
Responden	Digunakan sebagai gantungan atau aksesoris di kamar saya.
Peneliti	Selama menggunakan produk ABERASI ada menimbulkan masalah pada produk?
Responden	Sejauh ini tidak, hanya saja jika produknya tetap mengkilap sampai waktu yang lama rasa saya makin bagus.
Peneliti	Dalam skala 1-10 berapa nilai yang anda berikan terhadap produk ABERASI?
Responden	8/10
Peneliti	Apa saran dan harapan anda terhadap usaha kreatif yang digagas oleh anak muda Indonesia?
Responden	Semoga semakin banyak anak muda berwirausaha sehingga memiliki <i>circle</i> positif dalam masyarakat.



**B. Transkrip Wawancara Narasumber 2.**

Nama : Arfita Dewi  
 Alamat E-mail : arfitadewi007@gmail.com  
 Hari/Tanggal Wawancara : 15 Januari 2021  
 Waktu : 19:00 WIB

Peneliti	Bagaimana pendapat anda mengenai produk ABERASI?
Responden	Produknya bagus jadi saya suka jadi saya membelikannya untuk adik saya.
Peneliti	Selama produk digunakan sebagai apa?
Responden	Digunakan sebagai hadiah ulang tahun adik saya.
Peneliti	Selama menggunakan produk ABERASI ada menimbulkan masalah pada produk?
Responden	Sejauh ini adik saya tidak ada mengajukan keluhan ke saya terkait hadiahnya jadi ya mungkin saja dia suka juga.
Peneliti	Dalam skala 1-10 berapa nilai yang anda berikan terhadap produk ABERASI?
Responden	7/10
Peneliti	Apa saran dan harapan anda terhadap usaha kreatif yang digagas oleh anak muda Indonesia?
Responden	Sangat bermanfaat, mampu membantu orang tua dan juga ekonomi keluarga. Intinya sangat bermanfaat sekali sih bagi kaum milenial berwirausaha.

### C. Transkrip Wawancara Narasumber 3.

Nama : Orsella Nuraina  
 Alamat E-mail : kaksela@gmail.com  
 Hari/Tanggal Wawancara : 26 Januari 2021  
 Waktu : 15:00 WIB

Peneliti	Bagaimana pendapat anda mengenai produk ABERASI?
Responden	Bagus sih.
Peneliti	Selama produk digunakan sebagai apa?
Responden	Digunakan sebagai gantungan kunci motor saya.
Peneliti	Selama menggunakan produk ABERASI ada menimbulkan masalah pada produk?
Responden	Tidak ada sih, mungkin hanya saja membuat suara bising karena benturan ketika berkendara.
Peneliti	Dalam skala 1-10 berapa nilai yang anda berikan terhadap produk ABERASI?
Responden	7/10
Peneliti	Apa saran dan harapan anda terhadap usaha kreatif yang digagas oleh anak muda Indonesia?
Responden	Kegiatan berwirausaha sangat bagus sih kalau dijalankan oleh anak muda karena bisa membuat anak muda dapat bertanggung jawab.

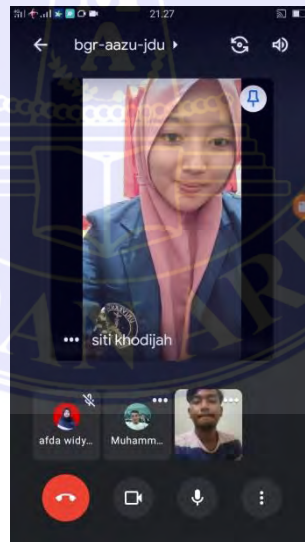
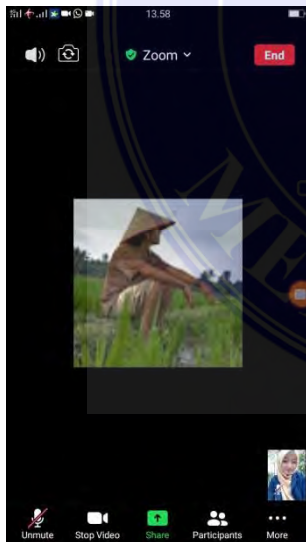
## DOKUMENTASI WAWANCARA



Gambar 1.  
Kegiatan produksi oleh anggota.



Gambar 2.  
Kegiatan produksi oleh anggota.



Gambar 3, 4 dan 5.  
Wawancara oleh tim ABERASI secara daring.



# UNIVERSITAS MEDAN AREA

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061)7368012 Medan 20223  
 Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122  
 Website: [www.uma.ac.id](http://www.uma.ac.id) E-Mail: [univ\\_medanarea@uma.ac.id](mailto:univ_medanarea@uma.ac.id)

Nomor : 912/UMA/B/01.7/III/2021 04 Maret 2021  
 Lamp. : 1 (satu) Berkas  
 Hal : Izin Penelitian Dan Pengambilan Data

Kepada Yth.

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Universitas Medan Area

di - M e d a n

Dengan hormat,

Sesuai dengan surat Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area nomor 188/FEB.1/01.1/II/2021 tertanggal 16 Februari 2021 perihal Permohonan Izin Penelitian dan Pengambilan Data Tugas Akhir di Universitas Medan Area oleh mahasiswa sebagai berikut :

**Nama : Muhammad Aji Septian**

**No. Pokok Mahasiswa : 178320196**

**Program Studi : Manajemen**

**Fakultas : Ekonomi dan Bisnis**

Pada prinsipnya disetujui yang bersangkutan melaksanakan pengambilan data di Lingkungan Universitas Medan Area, untuk penunjang tugas akhir dengan judul Skripsi “**Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Aksesoris Berbudaya Melalui Resin (Aberasi)**” Dengan tetap mengikuti protokol Covid-19.

Demikian surat ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wakil Rektor Bidang Administrasi

  
 Dr. Mary Maharant Barus, SH, M.Hum

**Tembusan :**

1. Mahasiswa Ybs
2. File





# UNIVERSITAS MEDAN AREA

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061)7368012 Medan 20223  
 Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122  
 Website: [www.uma.ac.id](http://www.uma.ac.id) E-Mail: [univ\\_medanarea@uma.ac.id](mailto:univ_medanarea@uma.ac.id)

## SURAT KETERANGAN Nomor : 1217/UMA/B/01.7/III/2021

Rektor Universitas Medan Area dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : **Muhammad Aji Septian**  
 No. Pokok Mahasiswa : **178320196**  
 Fakultas : **Manajemen**  
 Program Studi : **Ekonomi dan Bisnis**

Benar telah selesai Pengambilan Data di Universitas Medan Area dengan Judul skripsi “**Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Aksesoris Berbudaya Melalui Resin (Aberasi)**”.

Dan kami harapkan Data tersebut kiranya dapat membantu yang bersangkutan dalam penyusunan skripsi dan dapat bermanfaat bagi mahasiswa khususnya Program Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Demikian surat ini diterbitkan untuk dapat digunakan seperlunya.

Medan, 25 Maret 2021.  
 a.n Rektor  
 Wakil Rektor Bidang Administrasi



**Dr. Gary Maharani Barus, SH. M.Hum**

Tembusan :  
 1. Mahasiswa Ybs  
 2. File

