BAB III

ANALISIS SISTEM

3.1 Sejarah Perusahaan

Peneliti melakukan penelitian pada UMKM industri kreatif di kota Bandung. Menurut catatan Kamar Dagang dan Industri (Kadin) kota Bandung tercatat sekitar 3000 unit UMKM industri kreatif yang terdapat di kota Bandung yang terdiri dari bidang yang berbeda-beda yaitu bidang kuliner, *fashion, handycraft* dan lain-lain. Menurut buku *Pengembangan Industri Kreatif Indonesia 2025* yang peneliti baca, definisi industri kreatif sering kali merujuk pada *UK Departement for Culture, Media, and Sport (DCMS) Task Force 1998,* lembaga yang mengelola industri kreatif di Inggris. Departemen Perindustrian RI pun kemudian menggunakan definisi yang hampir serupa. Industri kreatif di Indonesia kemudian didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

Peneliti hanya mengambil 3 UMKM industri kreatif sebagai sampel dari 3000 unit UMKM yang ada di kota Bandung dikarenakan keterbatasan waktu dan biaya. Pengambilan sampel tersebut menggunakan metode *cluster sampling*. Sampel yang ke-1 yaitu Rama Pastry yang berlokasi di Jl. Rajawali. Sampel yang ke-2 adalah Grosir Boneka Pak Asep. UMKM industri kreatif ini bergerak dibidang *handycraft*. Sampel yang ke-3 adalah UMKM industri kreatif yang bergerak dalam bidang *fashion* yaitu PT. Khomsah Kholifah.

Peneliti akan menjelaskan profil dari salahsatu UMKM yang dijadikan sebagai sampel yaitu PT. Khomsah Kholifah. UMKM industri kreatif yang memproduksi hijab dan busana muslim ini berlokasi di Jl. Cisaranteun Kulon No.8, 40293 Arcamanik, Bandung. PT. Khomsah Kholifah terbentuk pada tanggal 23 Maret 2013. PT. Khomsah Kholifah ini hadir membawa identitas baru dalam industri busana muslim di Indonesia. PT. Khomsah Kholifah bertekad menjadi *trendsetter* perusahaan busana muslim dunia. Sebagai perusahaan muslim, UMKM ini merasa terpanggil untuk berkontribusi dijalan dakwah islam dengan menciptakan produk yang syar'i dan bermanfaat bagi seluruh umat.

Prinsip dasar PT. Khomsah Kholifah adalah berkarya dalam menciptakan manajemen perusahaan produktif dan menciptakan produk dengan bahan berkualitas terbaik, unik, harga bersaing serta diterima oleh pasar. Produk andalan PT. Khomsah Kholifah adalah kerudung. Berkembangnya *market share* kerudung khususnya di Indonesia, UMKM ini mempelopori menetapkan kerudung sekolah sebagai spesialisnya.

3.2 Tujuan Perusahaan (Visi dan Misi Perusahaan)

3.2.1 Visi Perusahaan

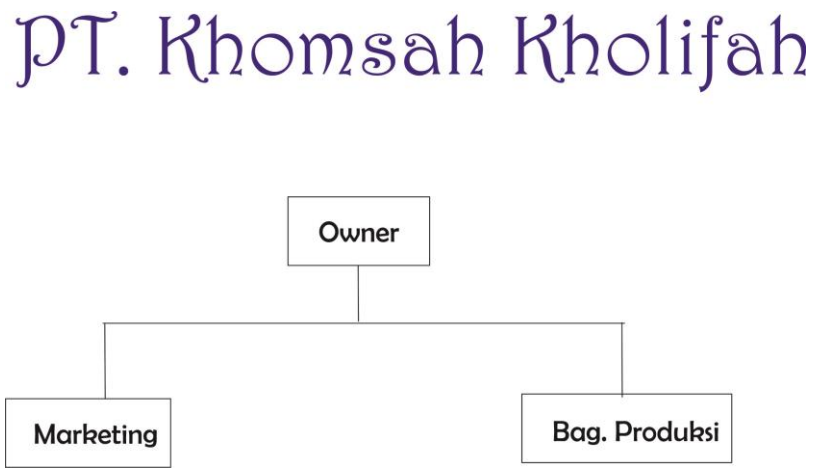
Visi dari PT. Khomsah Kholifah adalah menjadi *trendsetter* perusahaan busana muslim dunia.

3.2.2 Misi Perusahaan

Misi dari PT. Khomsah Kholifah yaitu sebagai berikut:

1. Memudahkan kaum perempuan dalam menerapkan perintah menutup aurat sesuai dengan firman Allah dalam Al-Quran (Surat 24 An-Nur Ayat 31)
2. Menciptakan produk dengan bahan berkualitas terbaik, unik, inovatif, harga bersaing serta diterima oleh pasar
3. Membuka 500 distributor serta jaringan di seluruh potensi wilayah Indonesia dan dunia tahun 2015.
4. Menggandeng seluruh media, baik local, nasional dan internasional dalam mensosialisasikan *brand* dan produk PT. Khomsah Kholifah.
5. Menciptakan manajemen produktif, *accountable*, efisien, transparan dan mensejahterakan seluruh elemen internal karyawan dan *stake holder*.
6. Bekerja adalah ibadah dan bermanfaat bagi seluruh alam.

3.3 Struktur Organisasi



Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Khomsah Kholifah

3.4 Deskripsi Jabatan (*Job Description*)

Deskripsi dari struktur organisasi di atas ialah sebagai berikut:

A. Owner

Tugas dari *ow*ner yaitu:

1. Mengontrol dan mengendalikan jalannya kegiatan usaha pada PT. Khomsah Kholifah.
2. Melakukan pembelian bahan baku, bahan pendukung dan perlengkapan jahit.
3. Mengurus segala sesuatu yang berhubungan dengan keluar masuknya keuangan perusahaan.

B. Marketing

Marketing bertugasuntuk memasarkan produk yang dihasilkan dengan cara memasarkannya di toko ataupun secara online.

C. Bag. Produksi

Bag. Produksi bertugas untuk membuat, menggunting bahan baku baju atau kerudung sesuai dengan pola dan menjahitnya sampai proses produksi selesai.

3.5 Kebijakan Perusahaan

PT. Khomsah Kholifah menerapkan beberapa kebijakan yaitu sebagai berikut:

1. Konsumen dapat melakukan pesanan khusus, misalnya pemesanan produk dengan jumlah yang banyak dan pesanan sesuai keinginan konsumen.
2. Apabila akan melakukan pesanan khusus, konsumen harus membayar uang muka 40% dari total biaya pesanan khusus di awal pemesanan.
3. Pelunasan pesanan khusus harus dilakukan minimal 3 hari sebelum produk selesai.

4. Apabila terjadi pembatalan pesanan, maka uang muka tidak dapat dikembalikan.
5. Pembayaran barang yang dipesan dapat dilakukan dengan cara transfer (bagi yang berada di luar kota Bandung) dan dapat juga dengan cara COD (bagi yang berada di kota Bandung).
6. Bagi konsumen yang berada di luar kota Bandung, apabila terdapat barang rusak ketika barang telah sampai ke tangan konsumen, barang dapat ditukar hanya sampai 3 hari setelah barang sampai.
7. Metode pencatatan akuntansi yang digunakan adalah metode *cash basis* yaitu metode yang mengakui pendapatan, belanja da pembiayaan ketika kas atau setara kas telah diterima/ dibayar.
8. Metode harga pokok penjuala yang digunakan yaitu metode rata-rata (*average)*.

3.6 Fungsi yang Terikat

A. *Owner/* UMKM

Menerima pembayaran, mencatat dan melakukan transaksi penjualan ke *supplier*.

B. Marketing

Memasarkan produk dan bertransaksi dengan konsumen secara langsung ataupun tidak secara langsung.

C. Bagian Produksi

Mengubah bahan baku untuk pembuatan baju atau kerudung sampai menjadi produk siap jual.

D. *Supplier*

Mengirimkan bahan baku dan bahan pembantu ke bagian produksi.

3.7 Formulir/Dokumen yang Digunakan

Dokumen yang digunakan antara PT. Khomsah Kholifah dan *supplier* adalah bon (bukti kas keluar), sedangkan dokumen yang digunakan antara PT. Khomsah Kholifah dan konsumen adalah bon (bukti kas masuk).

3.8 Sistem yang Berjalan

3.8.1 *Workflow* yang Berjalan

Deskripsi *workflow* yang berjalan pada PT. Khomsah Kholifah adalah sebagai berikut:

1. Owner

   Mengontrol jalannya operasional perusahaan, membeli bahan baku untuk proses pembuatan baju muslim dan kerudung, serta mengontrol keluar dan masuknya keuangan perusahaaan.

2. Marketing

   Melakukan promosi dan menjual produk yang dihasilkan perusahaan yaitu kerudung dan baju muslim.

3. Bagian Produksi

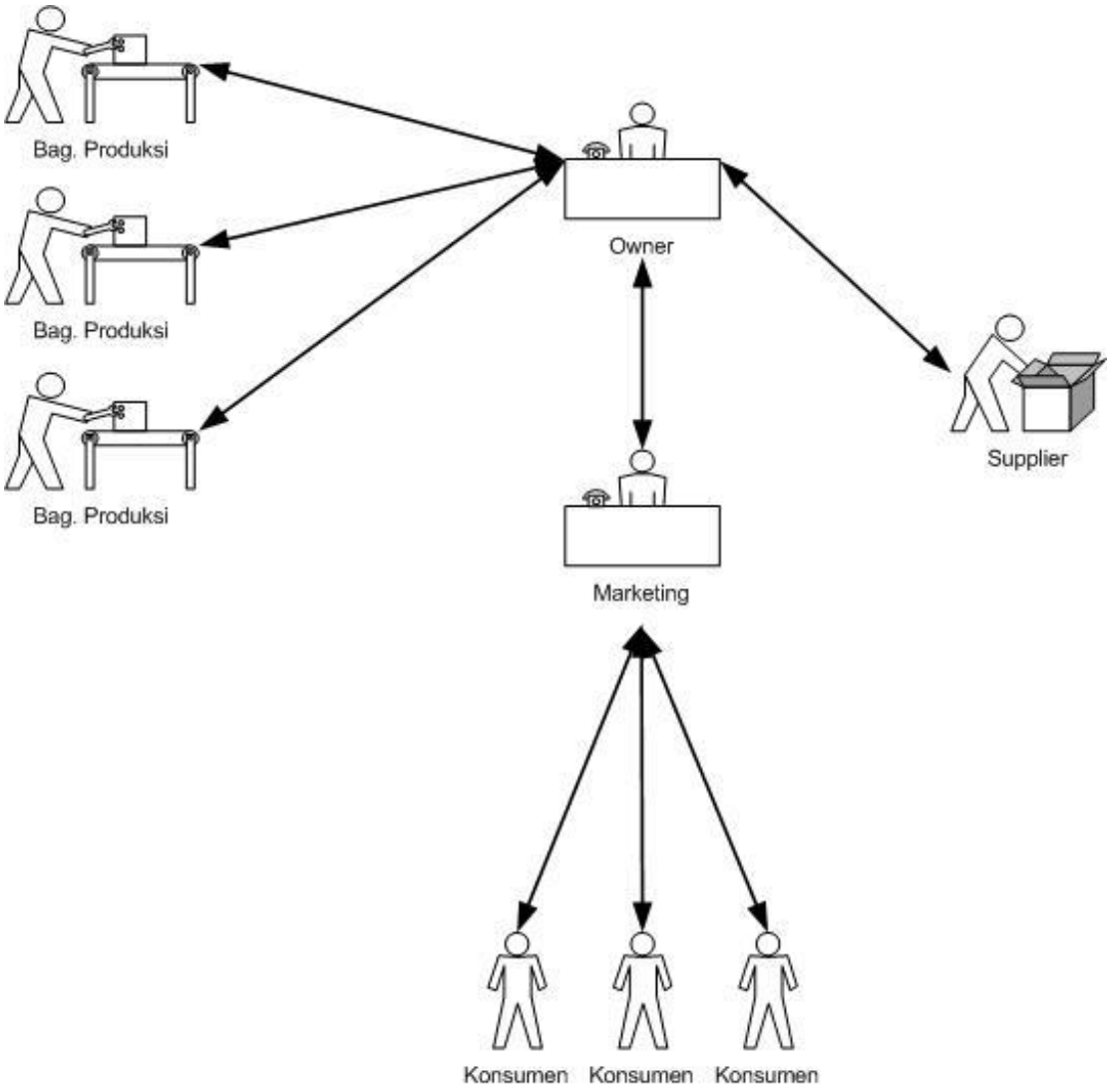
   Membuat pola serta menjahit kerudung dan baju muslim.

4. Supplier

   Menyediakan bahan-bahan baku yang dapat digunakan dalam pembuatan baju muslim dan kerudung.

5. Konsumen

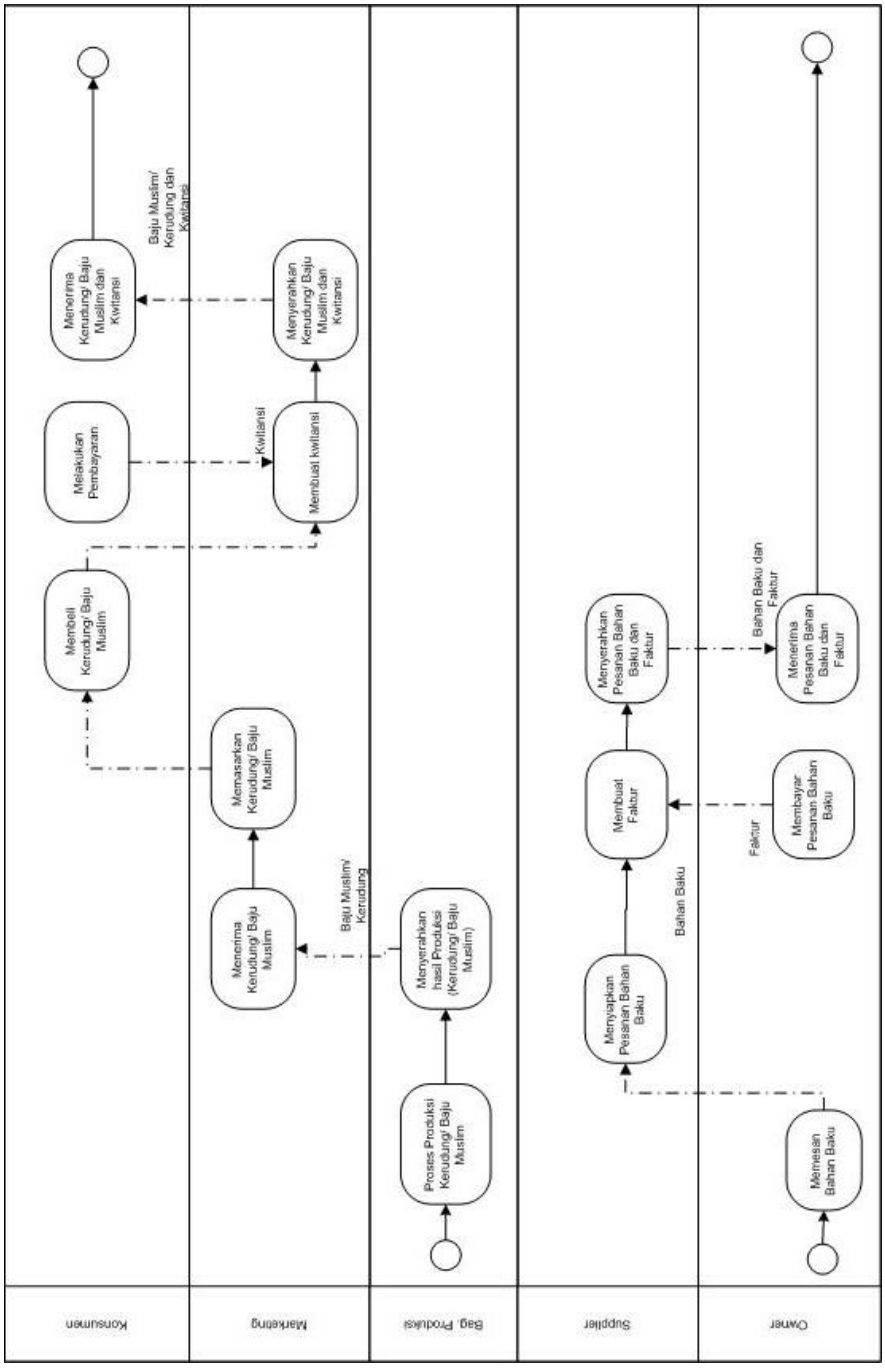
   Membeli baju muslim dan kerudung.



Gambar 3.2 *Workflow* PT. Khomsah Kholifah yang Berjalan

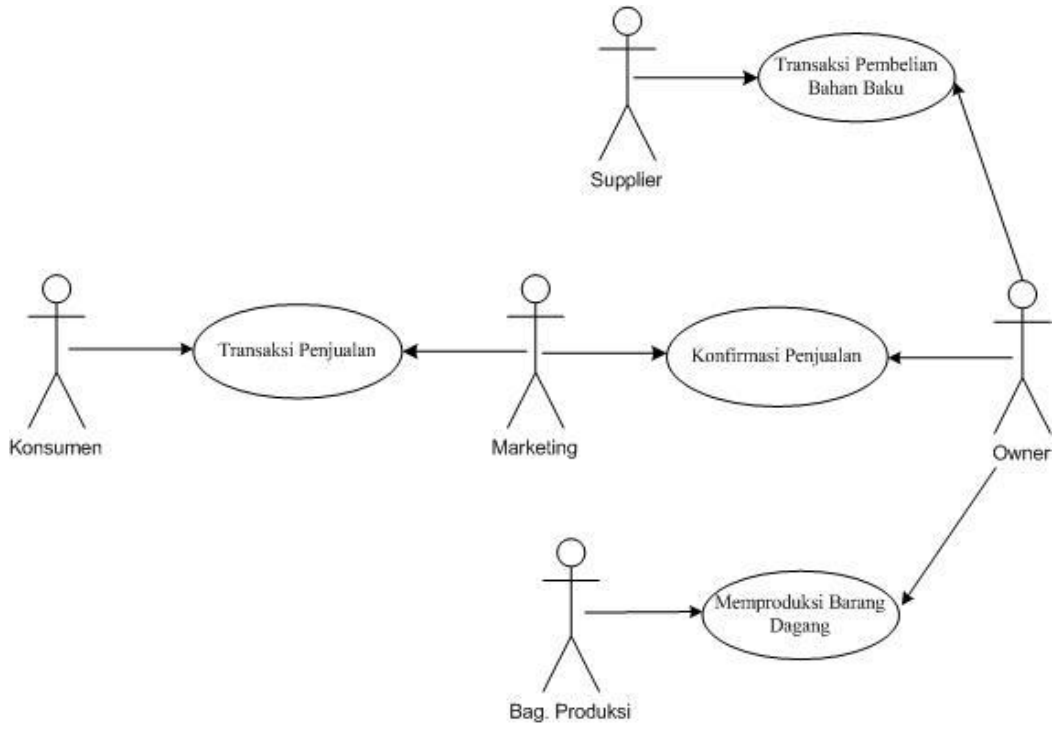
3.8.2 BPMN yang Berjalan

Berikut ini merupakan BPMN yang berjalan pada PT.Khomsah Kholifah (sample UMKM dibidang *fashion*) yaitu:



Gambar 3.3 BPMN PT. Khomsah Kholifah yang Berjalan

3.8.3 *Use-Case* Berjalan



Gambar 3.4 *Use Case* PT. Khomsah Kholifah yang Berjalan

Deskripsi diagram *use case* yang berjalan pada PT. Khomsah Kholifah yaitu sebagai berikut:

1. Konsumen memesan baju muslim/ kerudung, menerima baju muslim/ kerudung, melakukan pembayaran baju muslim/ kerudung yang dipesan.
2. Marketing menerima pesanan konsumen, melaporkan pemesanan konsumen, menyerahkan pesanan ke konsumen.
3. Bagian Produksi memproduksi pesanan konsumen, mengecek bahan baku yang tersedia.

4. Supplier menyediakan berbagai macam kebutuhan bahan baku untuk proses produksi.
5. Owner menerima konfirmasi pemesanan, membeli bahan baku dari supplier, melakukan instruksi atas proses produksi.

3.9 Kelemahan Sistem

Kelemahan dari sistem atau prosedur yang telah berjalan yaitu:

A. Dokumen yang digunakan masih manual misalnya kwitansi dan nota bon.
B. Pembuatan laporan keuangan masih manual sehingga sering terjadi kesalahan dalam perhitungan, pencatatan maupun dalam pemeriksaan barang.
C. Ajang promosi produk masih terbatas.
D. Belum ada sistem informasi yang membantu pelaku UMKM dalam menghitung HPP dan perkiraan perolehan laba.