

## BAB 1

### IDE BISNIS

#### A. Latar Belakang Ide Bisnis

Perkembangan zaman memengaruhi kehidupan seseorang sehingga adanya perubahan terhadap tingkah laku dan gaya hidup masyarakat. Melalui perubahan ini semakin tinggi juga permintaan masyarakat untuk kebutuhan hiburan dan rekreasi terkhusus yang tinggal di perkotaan. Usaha rekreasi dikota Jakarta seperti mall, taman rekreasi, dan tempat hiburan merupakan usaha yang umum dan mudah ditemukan. Melalui adanya perkembangan industri pariwisata di Indonesia dan tren pariwisata terus mengalami perubahan dan pergeseran yang memperlihatkan sisi terang kebangkitan bagi seluruh sektor pariwisata (Tanoesoedibjo, 2024)

Perkembangan pariwisata memengaruhi jumlah kunjungan wisatawan nusantara maupun mancanegara. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia tahun 2024 mencapai 927,75 ribu dan

mengalami peningkatan dari tahun 2023 naik menjadi 16,19% dan jumlah kunjungan moda transportasi naik 18,94%. Sensus data penduduk Provinsi DKI Jakarta 39.670.199 jiwa dan dibagi kedalam 2 kelompok yaitu, usia generasi milenial (2.828.858 jiwa) dan generasi Z (2.297.094 jiwa). Dilihat dari sosial media usaha sejenis seperti bar dan club di daerah JABODETABEK dan Kota Bandung (wsuperclub, h.scb, club36jakarta, shelterclubbandung, goldentuger.club, the21clubjakarta, f3xclub, hiddenclubbandung) dengan jumlah lebih dari 419.000

pengikut di Instagram. Data ini dapat menjadi acuan untuk melihat adanya peluang baik untuk membuka tempat hiburan dan rekreasi baru yang unik dan menyenangkan untuk ditawarkan kepada generasi yang memiliki ketertarikan mencari tempat untuk bersenang – senang ketika memiliki waktu luang (bps.go.id, 2023)

Pergeseran tren menambah opsi pilihan bagi wisatawan yang tinggal di daerah jakarta untuk mencoba berbagai aktivitas wisata yang menyenangkan. Tren wisata bahari menjadi salah satu yang paling diminati oleh wisatawan local dan wisatawan asing saat berkunjung ke Indonesia. Wisata bahari Indonesia termasuk dalam 3 besar tujuan wisata paling favorit yang dikunjungi saat berekreasi. Jumlah wisatawan local yang meluangkan waktu untuk pergi mencari rekreasi ke wisata bahari di tahun 2021 mencapai 11,29 persen (Indraswari, 2023).

Wisata bahari adalah serangkaian aktivitas yang bersifat rekreasi yang aktivitas nya dilakukan di perairan meliputi daerah pantai, pulau – pulau sekitarnya, serta kawasan lautan dalam pengertian pada permukaan, dalamnya, ataupun pada dasarnya termasuk didalamnya taman laut (Raharjo, 2002). Event bahari (festival bahari) merupakan gabungan dari serangkaian peristiwa yang melibatkan berbagai kegiatan seperti seni, music, tarian, dan kostum dengan tema tertentu. Festival dan acara dapat dipahami sebagai kegiatan dengan sejumlah program – program yang menyenangkan, terdapat hiburan atau acara formal memiliki karakter meriah dan terbuka dengan tujuan perayaan acara bertema. Dengan adanya event bahari di kota Jakarta akan memberikan kesan berbeda dalam mencari hiburan baru diperkotaan

yang menyenangkan jasmani dan pikiran dari rutinitas sehari – hari yang monoton (Yanthy & Kesumadewi, 2015).

Menparekraf Sandiaga Uno menyatakan kemudahan penyelenggaran event di Indonesia memiliki dampak positif di sektor ekonomi kreatif, yang menciptakan pergerakan ekonomi hingga 170 triliun. Menparekraf juga mengatakan bahwa Indonesia terus berkomitmen untuk mendorong kegiatan MICE (meeting, incentive, convention, and exhibition) sebagai salah penopang ekonomi negara. Dengan kemudahan penyelenggaraan event, semakin mudah untuk para pelaku ekonomi kreatif untuk menyelenggarakan event, terlebih pasca – pandemi event – event di Indonesia mulai digelar secara offline.

Menurut undang – undang no 10 Tahun 2009 pasal 14 dalam kategori usaha pariwisata wisata event bahari termasuk kedalam usaha pariwisata hiburan dan rekreasi. Dari segi Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) dalam kategori 82302 (Jasa Penyelenggara Event Khusus) masuk kedalam usaha aktivitas hiburan dan rekreasi yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari fasilitas rekreasi dan kegiatan operasional hiburan dan rekreasi lainnya. Kegiatan ini mencakup acara khusus yang diadakan di tempat tertentu dengan tema tertentu seperti festival, karnaval, event olahraga, event music, event budaya, event personal. Penyelenggaraan dilakukan berdasarkan permintaan pelanggan yang akan dirancang sendiri dimulai dari perencanaan, persiapan dan eksekusi hingga rangkaian aktivitas selesai, tempat kegiatan penyelenggaraan ini berdasarkan permintaan personal ataupun grup.

Dengan adanya event bahari di Jakarta, masyarakat yang tinggal di perkotaan memiliki opsi hiburan yang menarik seperti *beach club*, *night club*, *yacht party* dan *pool party* dengan berbagai tema acara seperti pesta lajang, pre – wedding, pesta kelompok, atau perayaan ulang tahun. Festival bahari ini akan memberikan pengalaman yang unik dan menarik bagi masyarakat yang mencari hiburan di tengah kesibukan sehari – hari yang monoton.

## B. Gambaran Umum Bisnis

### 1. Deskripsi bisnis

Usaha penyedia layanan pesta venue kapal di Jakarta menawarkan konsep yang unik dan berbeda untuk memenuhi kebutuhan masyarakat urban akan pengalaman pesta yang berkesan. Sebagai sebuah bisnis yang berfokus pada venue, kami menyediakan kapal-kapal yang telah didesain sedemikian rupa untuk menjadi tempat penyelenggaraan berbagai acara perayaan, seperti pesta pernikahan, ulang tahun, maupun acara korporat lainnya. Lokasi di atas air, pemandangan kota Jakarta, serta suasana romantis menjadi keunggulan utama yang ditawarkan kepada para pelanggan.

Kami menyadari bahwa pasar pesta di Jakarta didominasi oleh masyarakat urban kelas menengah ke atas yang memiliki preferensi terhadap pengalaman pesta yang unik dan berkesan. Oleh karena itu, segmentasi pasar kami mencakup pasangan muda, keluarga, serta perusahaan-perusahaan yang ingin mengadakan acara pertemuan atau perayaan khusus. Melalui pemahaman yang mendalam

PARTY  
TIME  
eee



terhadap kebutuhan dan ekspektasi segmen pasar ini, kami dapat merancang konsep venue, tata letak, dan layanan yang sesuai dengan preferensi mereka.

Dalam upaya menarik minat calon pelanggan, kami akan menerapkan strategi pemasaran yang berfokus pada branding venue kapal sebagai tempat pesta yang berbeda. Promosi akan dilakukan melalui media sosial, kerjasama dengan wedding organizer terkemuka, serta penyelenggaraan event-event demo untuk memberikan pengalaman langsung kepada calon konsumen. Dengan demikian, kami berharap dapat membangun awareness dan menarik minat pasar secara efektif.

Keunggulan kompetitif bisnis kami terletak pada keunikan konsep venue kapal, pemandangan kota yang indah, serta fleksibilitas dalam mendesain tata letak dan tema pesta yang disesuaikan dengan keinginan pelanggan. Kami yakin bahwa diferensiasi ini akan menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat urban yang mencari pengalaman pesta yang tidak terlupakan.

Meskipun prospek bisnis penyedia layanan pesta di Jakarta cukup baik, kami menyadari adanya tantangan yang perlu diantisipasi. Persaingan yang ketat dengan venue pesta lainnya, serta sensitivitas harga konsumen menjadi isu utama yang harus dikelola dengan baik. Oleh karena itu, kami akan terus berinovasi, menjaga kualitas layanan, serta menawarkan harga yang kompetitif untuk memenangkan persaingan dan mempertahankan kepuasan pelanggan.

## 2. Deskripsi logo

Persegi: adanya 2 persegi mengambarkan adanya pihak lain yang terlibat dalam perusahaan ini yaitu mengambarkan hubungan dengan mitra bisnis

PARTY  
TIME  
ee



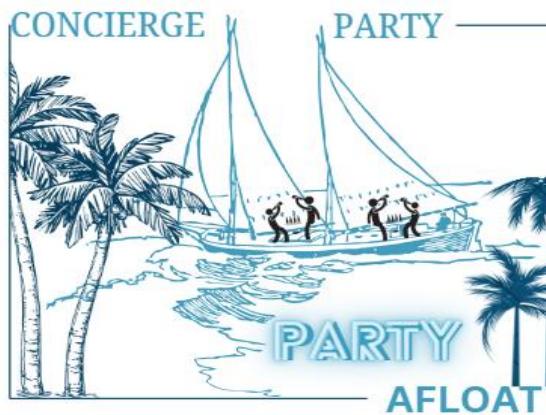
Kapal: menjadi gambaran venue utama untuk pesta mengapung

Campagne & people: simbol minuman yang menjadi poin penting dalam berpesta

Tulisan: identitas perusahaan

Warna navy: melambangkan psikologis yang berkaitan dengan ketenangan, stabilitas dan kepercayaan diri.

Warna neon blue: ketegasan yang melambangkan energi dan semangat.



Gambar 1. 1 Logo PARTY AFLOAT

Sumber : Olah data, 2024

### 3. Identitas Bisnis

Data Pemilik	
Nama pemilik	: <b>Valentina Agnes Stevani</b>
Alamat	: <b>Jalan cibarengkok No. 190, Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat, (ID 40164)</b>
Email	: <b>valentinapasaribu1103@gmail.com</b>
Data Perusahaan	
Nama Perusahaan	: <b>CV. Party Afloat Concierge</b>
Alamat	: <b>jalan cibarengkok No. 190, Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat, (ID 40164)</b>
Jenis Produk	: <b>Rekreasi dan Hiburan</b>
Kontak	: <b>(+62) 812 4386 2020</b>
Alamat Email	: <b>urbanpartyafloatconcierge@gmail.com</b>
Facebook	: <b>partyafloatconcierge</b>
Instagram	: <b>@partyafloatconcierge</b>

“PARTY  
TIME  
eee”



*Gambar 1. 2 Identitas pemilik dan Data perusahaan*

Sumber : Olah data, 2024

### C. Visi dan misi

Dalam menjalankan aktivitas rekreasi berbentuk event sebuah acara pesta, untuk meraih kesuksesan dan memenuhi modal yang diinvestasikan, penting bagi penyelenggara untuk menetapkan tujuan atau target yang jelas dan terukur. Metode SMART (*Specific, Measurable, Attainable, Realistic, dan Time-bound*) dapat digunakan sebagai pedoman dalam menetapkan target tersebut. Dengan menggunakan metode SMART, target yang ditetapkan harus bersifat spesifik, dapat diukur, dapat dicapai, realistik, dan terikat dengan jangka waktu tertentu. Pendekatan ini membantu penyelenggara untuk menghindari target yang tidak terarah, tidak terukur, atau bahkan tidak dapat direalisasikan. Hal ini penting agar penyelenggara dapat memantau kemajuan dan memastikan bahwa aktivitas rekreasi berbentuk event dapat berjalan dengan sukses, serta dapat memenuhi modal yang telah diinvestasikan oleh para investor. Dengan metode SMART, penyelenggara dapat merancang target yang jelas dan terukur, sehingga dapat menjadi acuan dalam

mengevaluasi keberhasilan event dan membuat keputusan strategis untuk meningkatkan kinerja di masa mendatang. Pendekatan ini memungkinkan penyelenggara untuk berfokus pada hal-hal yang penting dan dapat dikelola dengan baik, sehingga meningkatkan peluang untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

*Tabel 1. 1 SMART Method*

General Objective	SMART Objective
Increase Sales	Meningkatkan cara promosi dan memperbanyak timeline promosi melalui sosial media untuk meningkatkan jumlah jangkauan pasar, serta meningkatkan kualitas layanan jasa dengan memperhatikan feedback dari pengunjung
Increase Partnership service/Quality	Screening dan perekrutan berbagai calon rekan kolaborasi terakait untuk menjaga kualitas layanan.

Sumber : Olah Data, 2024

### Visi

Menjadi penyedia layanan pesta mengapung terkemuka di perairan Jakarta yang memberikan pengalaman tak terlupakan bagi pelanggan kami. Berkomitmen untuk menciptakan momen Bahagia dan memperkaya hubungan sosial melalui pesta mengapung yang inovatif dan berkualitas

### Misi

1. Menyediakan layanan berkualitas tinggi yang melebihi harapan pelanggan, dengan focus kepada kenyamanan, keamanan, dan hiburan disetiap perjalanan mereka.
2. Berkomitmen untuk terus berinovasi dan memperluas layanan kami, sesuai dengan perkembangan kebutuhan dan keinginan pelanggan.
3. Membangun kemitraan strategis untuk memperluas jangkauan pasar kami dan meningkatkan nilai penjualan
4. Menjadi agen perubahan dalam industri pariwisata yang menyediakan program hiburan layanan pesta di Jakarta, memberikan inspirasi bagi perusahaan sejenis dan masyarakat umum tentang pentingnya hiburan, relaksasi, keberlanjutan dilingkungan perkotaan.

#### D. Industry analysis

Melalui pencarian data untuk pesaing usaha sejenis di Jakarta ada beberapa yang menyediakan layanan pesta didarat maupun diperairan seperti **QUICKSILVER, SAILO Charters, BATAVIA, JAKARTA 100 BARS, JAKARTA PHINISI CRUISE, waterboom Jakarta, my yacht Jakarta, the royal albatross, Jakarta yacht wedding, dan Jakarta yacht club.** Menurut IVENDO (Indonesia Event Industry Council) ada 61 penyelenggara event di wilayah Jakarta dan dilihat dari data Dinas Pariwisata di Kota Jakarta, pada tahun 2018 jumlah event pariwisata yang telah diselenggarakan meningkat secara signifikan yaitu sebanyak 465 event.

Pada tahun 2024 Jakarta menjadi urutan pertama yang memiliki persentase tertinggi sebesar 16,22 persen di banding kota lain seperti Bali, Jawa Barat (Bandung), dan Yogyakarta. Persentase penyelenggaraan event pada bulan April 2024 diketahui

sebesar 7,63 persen dan diperkirakan akan meningkat dibulan Mei dan Juni sebesar 12,29 persen.



*Gambar 1. 3 Five Forces Porter*

Sumber : Kledo.com (2023)

Berdasarkan pengertian dari Michael Porter, five forces porter merupakan sebuah metode yang dipakai untuk melakukan uji coba dan Analisis kekuatan persaingan didalam sebuah industri yang dapat membantu menentukan kelemahan dan kekuatan dari industri tersebut (Felix et al., 2024). Metode ini digunakan sebagai alat bantu dalam merencanakan strategi perkembangan perusahaan dengan lingkungan pesaing lainnya agar lebih unggul dari competitor lainnya. Maka dilakukan analisis Porter's 5 Forces sebagai berikut :

1. *Threat of new entrants*, tingkatan masuk nya pesaing baru dalam industri penyelenggara pesta yang mengapung diatas kapal mungkin masih terbatas (tergolong sedang) karena factor biaya investasi awal yang tinggi dan regulasi. Adanya pesaing tentunya akan mengurangi pangsa pasar yang ada.

2. *Customer bargaining power* (tinggi), adanya customer individu atau berkelompok yang merencanakan pesta, memiliki kekuatan untuk mempengaruhi harga, kualitas dan layanan yang ditawarkan oleh penyelenggara pesta. Jika customer memiliki banyak opsi, mereka dapat melakukan negosiasi harga lebih rendah atau menuntut layanan tambahan untuk mendapatkan nilai maksimal dari biaya yang mereka keluarkan.
3. *Supplier bargaining power* (tinggi), supplier yang dapat didatangkan investor mencakup penyedia makanan dan minuman, penyedia hiburan, penyedia dekorasi, dan lainnya. Dalam hal ini dapat mempengaruhi harga dan ketersediaan produk atau layanan yang diperlukan. Penyelenggara pesta perlu menjalin hubungan baik dengan vendor untuk mendapatkan kondisi yang menguntungkan.
4. *Existing competitors* (tinggi), terdapat banyak nya penyelenggara pesta serupa yang beroperasi di DKI Jakarta, persaingan dapat tinggi. Hal ini bisa menurunkan harga jual dan harus berupaya meningkatkan kualitas dan inovasi untuk memenangkan persaingan. Berikut adalah gambaran dari bisnis pesaing yang ada di Jakarta:
5. *Threat substitutes* (tinggi), banyak nya jenis usaha membuat orang – orang dapat memilih alternatif lain seperti penyelenggaraan pesta darat, restoran, atau tempat hiburan lainnya. Penyelenggara pesta mengapung perlu menawarkan nilai tambah yang sulit digantikan oleh alternatif tersebut.

## E. Product and services

Party Afloat sesuai dengan namanya produk ini menawarkan program hiburan dengan menyediakan pilihan layanan berpesta disekitaran Jakarta, menyediakan beberapa pilihan produk ataupun program aktivitas yang dapat dipilih pengunjung berdasarkan minat dan keinginan mereka, Mengadakan pesta pastinya bertujuan untuk bersenang – senang atas perayaan sesuatu, fasilitas, layanan dekorasi yang akan diberikan disesuaikan dengan permintaan dari customer yang ingin menggunakan layanan Party Afloat Concierge. Tentunya untuk setiap paket yang ditawarkan berbeda karena ada persyaratan untuk melakukan pemesanan layanan pesta, memenuhi minimal dan maksimal peserta sesuai paket yang di pilih. Memberikan beberapa pilihan untuk layanan tambahan yang di inginkan selain layanan wajib, dan memperlihatkan beberapa pilihan dekorasi untuk pesta agar sesuai dengan tema pesta yang akan diadakan. Paket yang disediakan diantaranya sebagai berikut :

### 1. Pesta untuk pasangan :

Pasangan yang ingin merayakan pernikahan dengan cara yang unik dan berkesan, mencari pengalaman romantis diatas kapal dengan pemandangan indah sebagai latar belakang. Selain itu.pasangan yang ingin merayakan ulang tahun pernikahan atau ulang tahun pribadi yang ingin membuat momen special menjadi lebih istimewa dengan merayakan di atas kapal.

### 2. Pesta keluarga yang ingin merayakan acara keluarga :

Keluarga yang ingin merayakan momen penting seperti ulang tahun perayaan keluarga seperti acara kumpul keluarga besar (reuni). Costumer mencari lokasi yang nyaman dan aman untuk merayakan acara keluarga besar mereka, sambil menikmati pemandangan dan privasi diatas kapal. keluarga lain yang ingin mengadakan acara perayaan kelahiran dan pernikahan anak.

### 3. Perusahaan yang mengadakan acara korporat :

Segmen satu ini mencakup perusahaan yang ingin mengadakan acara korporat seperti seminar, pelatihan atau acara perusahaan lainnya. Mereka yang mencari lokasi yang unik dan ekslusif yang dapat memberikan suasana berbeda dan memikat bagi peserta mereka. Selain itu, perusahaan yang ingin mengadakan acara sosialisasi atau pesta perusahaan untuk merayakan pencapaian atau momen spesial dalam lingkungan yang santai.

### 4. Pesta yang diikuti individu atau kelompok yang mengadakan acara sosial :

Individu ataupun kelompok yang ingin mengadakan acara sosial seperti pesta ulang tahun, pesta tematik, pertemuan komunitas, atau acara lainnya. Mereka mencari tempat yang unik dan menarik untuk mengadakan acara mereka dan menginginkan pengalaman yang berbeda dari acara – acara sosial biasanya. Segmen ini juga mencakup kelompok hobi atau komunitas yang ingin mengadakan acara khusus untuk anggota mereka.

### 5. Pesta individu yang sedang mencari pasangan dan kesenangan pribadi :

Segmen ini mencakup individu yang ingin mengenal orang baru dan mencari pasangan hidup atau hanya sekedar untuk bersenang – senang. Costumer yang mencari pengalaman yang menyenangkan dan terkontrol dimana mereka dapat bertemu dengan beberapa calon pasangan dalam waktu singkat. Dengan mengadakan acara perjodohan cepat diatas kapal, Party Afloat sebagai penyedia bisnis layanan tersebut dapat memberikan suasana yang unik dan menarik bagi para peserta, sambil menawarkan pemandangan yang indah sebagai latar belakang.

#### F. Jenis/Badan Usaha

Menurut undang – undang no 10 tahun 2009 pasal 14 dalam klasifikasi usaha pariwisata PARTY AFLOAT termasuk kedalam usaha pariwisata kegiatan penyelenggaraan hiburan dan rekreasi, PARTY AFLOAT juga dari segi klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) yang digolongkan kedalam kategori :

1. 82302 (Jasa Penyelenggaraan Event Khusus) kelompok ini mencakup kegiatan penyelenggaraan berbagai jenis acara atau Event Khusus. Kelompok ini mencakup layanan perencanaan, persiapan, eksekusi, dan penyelenggaraan event atas permintaan klien untuk mewujudkan tujuan tertentu melalui acara yang diadakan. Selain itu, kelompok ini juga mencakup penyelenggaraan event khusus yang dirancang sendiri, mulai dari pembuatan konsep, perencanaan persiapan, hingga pelaksanaan rangkaian acaranya. Contoh kegiatan penyelenggaraan event khusus yang dicakup dalam kelompok ini adalah Festival, Karnaval, acara olahraga, acara musik, acara budaya, acara personal, dan jenis acara khusus lainnya.

2. Kategori 93299 hingga 93294 (Aktivitas Hiburan dan Rekreasi Lainnya) mencakup berbagai kegiatan hiburan yang tidak termasuk dalam kategori 93291 hingga 93294. Beberapa kegiatan yang tercakup seperti kegiatan penyewaan dari fasilitas rekreasi seperti bukit ski, penyewaan perlengkapan rekreasi dan hiburan yang merupakan bagian tak terpisahkan dari fasilitas rekreasi, kegiatan operasional pekan raya (fair) dan pertunjukan rekreasi alam, dan berbagai aktivitas hiburan dan rekreasi lainnya yang tidak termasuk dalam kategori sebelumnya. Selain itu, kategori ini juga mencakup kegiatan prosedur atau pengusaha yang menyelenggarakan pertunjukan langsung selain pertunjukan olahraga atau seni, baik dengan atau tanpa fasilitas. Jadi kelompok ini mencakup aneka ragam aktivitas hiburan dan rekreasi yang tidak termasuk dalam kategori – kategori sebelumnya yang lebih spesifik.

#### G. Rencana Legalitas Usaha

Bentuk kepemilikan PARTY AFLOAT adalah CV (*Comanditaire Venootschap* atau persekutuan komanditer), dengan pertimbangan sebagai berikut:

##### 1. Pembentukan Usaha

PARTY AFLOAT membuat akta pendirian yang berisi informasi mengenai identitas para pendiri, nama perusahaan, alamat perusahaan, serta kegiatan usaha yang akan dijalankan oleh perusahaan tersebut. Setelah akta pendirian dibuat, langkah selanjutnya adalah mendaftarkan akta tersebut ke instansi yang berwenang agar perusahaan dapat memperoleh pengakuan hukum secara resmi.

## 2. Kepemilikan dan Kepengurusan

PARTY AFLOAT memiliki dua jenis keanggotaan, yaitu sekutu aktif dan sekutu pasif. Sekutu aktif bertanggung jawab secara penuh terhadap perusahaan, sedangkan sekutu pasif memiliki tanggung jawab terbatas dengan jumlah modal yang mereka setorkan (investor). Sekutu aktif adalah pemilik perusahaan, sedangkan sekutu pasif adalah investor yang menanamkan modalnya ke PARTY AFLOAT.

## 3. Pengadaan dan Penjualan

PARTY AFLOAT terlibat dalam dua kegiatan utama, yaitu pengadaan barang dan jasa serta penjualan produk atau layanan kepada konsumen. Dalam menjalankan kedua aktivitas tersebut, PARTY AFLOAT mengikuti prosedur yang terstruktur seperti menentukan vendor atau pemasok yang akan digunakan untuk memasok barang dan jasa, melakukan negosiasi harga dengan vendor atau pemasok yang terpilih, menandatangani kontrak kerjasama dengan vendor atau pemasok, menerima pengiriman barang dari vendor atau pemasok, menerbitkan faktur atas barang atau jasa yang telah diterima, melakukan penagihan pembayaran kepada konsumen untuk produk atau layanan yang telah dijual. Secara sistematis mengelola proses pengadaan dan penjualan mulai dari memilih pemasok, bernegosiasi, mengatur pengiriman hingga melakukan penagihan pembayaran dari konsumen.

## 4. Karyawan dan Sumber Daya Manusia

PARTY AFLOAT memiliki karyawan yang dikelola melalui prosedur sumber daya manusia yang terstruktur. Proses pengelolaan tersebut mencakup

PARTY  
TIME



perekrutan, pemilihan dan penempatan karyawan yang tepat sesuai kebutuhan perusahaan, membuat penyusunan kontrak kerja yang mengatur hak dan kewajiban karyawan, melakukan penggajian sesuai dengan kebijakan perusahaan, manajemen kinerja untuk memantau dan mengevaluasi kinerja perusahaan, pengembangan karyawan melalui pelatihan dan program pengembangan kompetensi, penerapan kebijakan terkait hak dan kewajiban di perusahaan.