

Transekonomika

Akuntansi, Bisnis dan Keuangan

Transekonomika : Akuntansi, Bisnis dan Keuangan, published by **Transpublika Publisher**, for sources of information and communication for academics and observers about science and methodology. Published papers are the upshots of research, reflection, and actual critical studies with respect to the themes of Accounting, Business, Management, Finances, Public administration and Social studies. All papers are double blind peer-reviewed and published six (6) times in a year (**January, March, May, July, September, November**).

EDITOR IN CHIEF

Veri Hardinansyah Dja'far (Politeknik Negeri Malang, Indonesia)

EDITORIAL BOARD

Muhammad Abbas (National University of Computer & Emerging Sciences, Pakistan)
Muhammad Islahuddin (Universitas Negeri Malang, Indonesia)
Sholikhan (Universitas PGRI Kanjuruhan Malang, Indonesia)
Sylvia Sari Rosalina (Kwik Kian Gie University, Indonesia)

REVIEWERS

Baroroh Lestari (Politeknik Negeri Malang, Indonesia)
Djoko Suhardjanto (Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia)
Fang- Suey Lin (National Yunlin University of Science & Technology, Taiwan, China)
Heru Kurnianto Tjahyanto (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY), Indonesia)
Hening Widi Oetomo (STIESIA, Surabaya, Indonesia)
Leelie Ratsameemonthon (Hatyai University, Thailand)
Madziatul Churiyah (Universitas Negeri Malang, Indonesia)
Mardi (Universitas Negeri Jakarta, Indonesia)
Muhammad Ali A. (Mindanao State University, Philippines)
Sukirno D. S. (Universitas Negeri Yogyakarta (UNY), Indonesia)
Khoiriyah Trianti (Universitas Islam Malang, Indonesia)
Raisa Fitri (Universitas Negeri Malang, Indonesia)
Renan P. Limjuco (University of the Immaculate Conception, Davao City, Philippines)
Yulis Nurul Aini (Politeknik Negeri Malang, Indonesia)

EDITORIAL STAFF

Laila Siti Aminah (Universitas Wisnuwardhana Malang, Indonesia)
Wahyu Eko Arifin (Politeknik Negeri Jember, Indonesia)

Editorial Office

 Bumi Royal Park Blok A-14 Bumiayu, Kedungkandang, Malang
Jl. Kolonel Sugiono 143 Malang

 08123456-0500 | 081-123-1-666

 transekonomika@gmail.com

 <https://transpublika.co.id/ojs/index.php/Transekonomika>

CONTENTS

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penawaran dan Permintaan Bahan Pokok di Indonesia <i>Nilam Cahya, Kholida Atiyatul Maula</i>	311-320
Pengaruh Masa Pandemi Covid 19 Terhadap Wirausaha Kecil di Indonesia <i>Nogi Sugianti, Kasful Anwar US</i>	321-326
Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional dan Kompensasi Finansial Terhadap Kinerja Karyawan PT. Traya Tirta Cisadane <i>Estika Paramita Sani, Yolla Komala, Feymi Damayanti, Deny Hadi Saputra</i>	327-335
Sejarah Perkembangan Manajemen Strategi Dukungan <i>Stakeholder</i> <i>Rintan Wulandari, Kasful Anwar US</i>	336-348
Pengaruh Pengembangan Karir dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan di PT. Sumber Alfaria Trijaya Kota Jambi <i>Kasful Anwar US, Doni Kurniawan</i>	349-356
Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Usaha <i>Wedding Organizer (WO)</i> <i>Andi Mussawif Alfatah, Kasful Anwar US</i>	357-364
Penerapan <i>Activity Based Costing System</i> Dalam Menentukan Harga Pokok Jasa Pemasangan <i>GPS</i> pada PT SLI <i>Beta Nur Hidayah, Nanik Kustiningsih</i>	365-375
Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Telekomunikasi <i>Agung Wicaksono, Kasful Anwar US</i>	376-390
Analisis Kemajuan Penggunaan Hijab Terhadap Kalangan Milenial <i>Rizka Yolanda Putri, Kasful Anwar US</i>	391-398
Analisis Sistem Pengendalian Internal Atas Piutang Pada PT. Cita Rasa <i>Imada Phyto Rhyzzoma, Nanik Kustiningsih</i>	399-404

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penawaran Dan Permintaan Bahan Pokok Di Indonesia

¹Nilam Cahya, ²Kholida Atiyatul Maula

¹⁻²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Singaperbangsa Karawang

Article history

Received:04-Mei- 2021

Revised: 12-Juni-2021

Accepted:08-July-2021

*Corresponding Author:
Nilam Cahya,
Kholida Atiyatul Maula,
Fakultas Ekonomi dan
Bisnis,
Universitas
Singaperbangsa Karawang
Email:
[@gmail.com](mailto: @gmail.com)

Abstrak: Bahan-bahan pokok di Indonesia merupakan aset negara yang perlu dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia dan pemerintahan Indonesia agar mendukung nilai ekspor dan impor bahan-bahan pokok menjadi lebih baik. Mengingat bahan-bahan pokok yang ada di Indonesia sangatlah melimpah dimana kondisi negara kita memiliki cuaca yang cukup baik untuk melakukan aktivitas pertanian yang banyak menghasilkan tanaman-tanaman berbahan pokok konsumsi di berbagai negara. Tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi adanya permintaan dan penawaran mengenai bahan-bahan pokok yang ada di Indonesia. Ada berbagai faktor yang mempengaruhi penawaran dan permintaan bahan pokok di Indonesia yang meliputi aktivitas ekspor dan impor, masalah struktural, lingkungan bisnis, dan juga hal-hal yang terjadi di lapangan pada permintaan dan penawaran yang ada di Indonesia pada bahan-bahan pokok yang kaya dan banyak di Indonesia.

Kata Kunci : Penawaran, Permintaan, Bahan pokok, Pertanian

PENDAHULUAN

Peran pertanian dalam perekonomian Indonesia tetap penting meskipun proses transformasi struktural tidak berjalan mulus seperti yang tertuang dalam buku teks pembangunan ekonomi. Pangsa pertanian dalam Produk Domestik Bruto (PDB) negara telah menurun menjadi 15,7 persen pada tahun 2011, tetapi pangsa tenaga kerja pertanian dalam total angkatan kerja pada tahun 2011 adalah 42,5 persen (Arifin, 2005). Lambatnya penurunan pangsa tenaga kerja merupakan indikasi belum tuntasnya transformasi struktural perekonomian Indonesia, termasuk lambatnya proses penyerapan di sektor industri dan jasa. Komoditas ekspor pertanian Indonesia memiliki potensi yang tinggi untuk mencapai daya saing yang lebih tinggi dan meningkatkan keberlanjutan di masa mendatang, meskipun terdapat beberapa permasalahan dan permasalahan masing-masing komoditas.

Upaya terbatas untuk menambah nilai produk pertanian dan lambatnya diversifikasi basis ekspor pertanian merupakan salah satu faktor penyebab ketidakseimbangan transformasi struktural tersebut. Basis ekspor primer yang kuat dan sistem produksi yang menguntungkan dari ekspor komoditas pertanian utama belum sepenuhnya dimanfaatkan, yang mungkin berisiko bagi masa depan perekonomian Indonesia pada umumnya. Ada juga masalah dengan keberlanjutan pembangunan ini, dari perspektif ekonomi serta sosial dan lingkungan, terutama karena perbedaan tingkat respons kebijakan dan sistem insentif untuk komoditas ekspor pertanian utama.

Kinerja komoditas pertanian utama dalam satu dekade terakhir cukup baik, menunjukkan tren peningkatan produksi, kecuali kopi dan karet alam pada tahun 2009. Penurunan produksi karet pada tahun 2009 disebabkan adanya “proses penyesuaian” di

pasar dunia setelah mencatat rekor. harga minyak dan gas yang tinggi saat terjadi krisis ekonomi dunia pada tahun 2008. Permintaan karet sintetis kembali normal pada tahun 2009, sehingga harga karet anjlok secara signifikan ke rekor terendah US \$ 1,61 / kg (Kumar, 2011). Rendahnya tingkat harga karet ini, ditambah dengan tekanan untuk mengkonversi pohon karet menjadi kelapa sawit, memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penurunan produksi karet pada tahun 2009.

Namun komoditas ekspor pertanian Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan, yang sebagian besar bersifat sangat struktural, seperti sistem tanaman rakyat dengan hasil rendah, tekanan keberlanjutan, kualitas produksi yang rendah, investasi yang kurang, infrastruktur yang tidak memadai, praktik pertanian yang belum berkembang, dan pembatasan peraturan Pemerintah. Masterplan Percepatan dan Pemekaran Perekonomian Indonesia (MP3EI) yang diusulkan oleh pemerintahan saat ini mencoba untuk mengatasi tantangan di atas. Jika rencana induk dilaksanakan sebagaimana mestinya, permintaan domestik untuk kopi, kakao, karet, kacang mete, dan mangga akan meningkat secara signifikan dalam waktu dekat. Peran permintaan domestik akan pangan dan produk pertanian yang terjangkau dari segmen pendapatan menengah ke bawah serta dari sektor manufaktur di dalam negeri dapat bersaing langsung dengan upaya mendorong ekspor produk pertanian tersebut. Dalam tatanan lingkungan ekonomi yang adil, daya saing produk-produk ini akan meningkat secara signifikan, sehingga masa depan pertanian Indonesia pada umumnya.

Dalam hal peningkatan daya saing dan keberlanjutan, faktor harga komoditas dunia hanyalah salah satu faktor yang berkontribusi terhadap kinerja produksi. Harga komoditas yang tinggi tidak cukup untuk mendorong petani kecil berinvestasi di pertanian, terutama di perkebunan yang periode pengembalian ekonominya lama. Investasi di bidang pertanian diperlukan untuk praktik pengelolaan, pengembangan lahan dan teknologi untuk menghasilkan hasil yang lebih baik dan mengisi kembali perkebunan tua. Persoalan semakin pelik karena mayoritas pelaku di pasar komoditas pertanian tersebut adalah petani kecil dengan ciri khas masing-masing. Petani kecil terkadang lebih peduli dengan harga di tingkat petani dan keuntungan ekonomi langsung, daripada fokus jangka panjang untuk meningkatkan investasi untuk produksi yang lebih baik di masa depan. Misalnya, pajak ekspor untuk meningkatkan nilai tambah di negara yang dikenakan pada komoditas tertentu seperti kakao (dan minyak sawit) mungkin tidak dipandang menguntungkan bagi petani, karena pajak ekspor biasanya menurunkan harga di tingkat petani yang diterima langsung oleh petani. Intervensi ini dapat menurunkan penerapan input tanaman, mengganggu pertumbuhan produksi di masa depan untuk komoditas tersebut secara luas.

Selain itu, isu keberlanjutan yang diberlakukan oleh negara maju terhadap komoditas ekspor pertanian Indonesia dapat mengancam daya saing tanaman tertentu. Misalnya, pengembangan kelapa sawit dituding sebagai salah satu penyumbang utama gas rumah kaca dan emisi karbon dunia. Perluasan areal panen kelapa sawit dikatakan terjadi dengan mengorbankan kawasan konservasi hutan alam dan lahan gambut, khususnya di Sumatera dan Kalimantan. Selain itu, biji kopi di Lampung juga dituding berkontribusi terhadap deforestasi, kerusakan keanekaragaman hayati, dan hilangnya habitat harimau dan gajah Sumatera karena beberapa praktik budidaya kopi terjadi di dalam kawasan Hutan Nasional dan konservasi Sumatera. Dalam hal ini, pembeli kopi aktif di negara maju

didorong untuk tidak membeli dan menerima kopi Robusta dari Lampung atau dari tempat lain yang keterlacakannya buruk, tidak ada surat keterangan asal, dan sumber biji kopi yang tidak jelas.

Perspektif keberlanjutan telah mengubah struktur dan kinerja rantai pasokan komoditas ekspor pertanian utama di Indonesia. Oleh karena itu, studi yang mengidentifikasi dan menilai daya saing dan keberlanjutan komoditas utama ekspor pertanian menjadi sangat penting karena pasar dunia dan kepentingan domestik dari komoditas tersebut telah berubah cukup cepat dan lebih intensif dalam dekade terakhir. Kajian tersebut akan mengarah pada perubahan kebijakan dan strategi aksi untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan komoditas ekspor pertanian penting di Indonesia.

Pertanian di Indonesia memiliki daya saing yang sangat berpengaruh untuk kepentingan domestik yang juga sering berubah-ubah secara intensif yang mempengaruhi bahan-bahan pokok yang ada di Indonesia. Dengan begitu, bahan pokok yang ada di Indonesia memiliki banyak faktor yang mempengaruhi penawaran serta permintaannya. Faktor-faktor tersebut mengindikasikan adanya perubahan serta perbandingan dari segi permintaan dan penawaran yang dapat bersaing dengan baik di Indonesia maupun di luar negeri.

Komoditas ekspor pertanian Indonesia memiliki tahapan yang berbeda dalam hal daya saing dan keberlanjutan. Tingkat daya saing minyak sawit mentah (CPO) tertinggi di antara semua ekspor pertanian, yang merupakan konsekuensi logis dari kinerja produksi dan ekspor yang tumbuh pesat dan menduduki posisi pertama di dunia. Produksi CPO pada 2011 sekitar 24 juta ton, tumbuh 5,1 persen per tahun, jauh di atas Malaysia yang kurang dari 20 juta ton. Namun, kesenjangan produktivitas antara petani kecil dan perkebunan skala besar, konflik lahan di lapangan dan tuduhan penghasil emisi karbon serta penurunan hutan alam telah berkontribusi pada tantangan keberlanjutan industri CPO di Indonesia. Beberapa bisnis minyak sawit besar di Indonesia telah menjadi anggota, Roundtable Sustainable Palm Oil (RSPO), badan sertifikasi utama sistem perdagangan minyak sawit. Menariknya, Asosiasi Kelapa Sawit Indonesia (IPOA atau secara lokal dikenal sebagai GAPKI) telah menarik keanggotaannya di RSPO, tetapi menjadi ko-promotor dengan sistem sertifikasi baru dan wajib Indonesia Sustainable Palm Oil (ISPO) dengan Pemerintah Indonesia (Fitzpatrick & Jaeger, 2007).

Komoditas ekspor pertanian lainnya tidak semaju kelapa sawit baik dari segi daya saing maupun prinsip keberlanjutan. Kopi menempati urutan kedua dalam hal pendapatan ekspor dari pertanian, tetapi konsumsi kopi yang meningkat dan gaya hidup yang berubah di antara masyarakat perkotaan akan membentuk berbagai tahapan daya saing dan keberlanjutan. Pembeli dan pelaku utama rantai pasokan kopi dunia secara agresif mempromosikan beberapa perilaku baru tata kelola lingkungan perusahaan di industri kopi. Kekhawatiran yang meningkat tentang standar keberlanjutan muncul dengan sangat cepat dalam dua dekade terakhir, mungkin karena dinamika sektor swasta dan perusahaan multinasional. Sistem sertifikasi dan pelabelan juga berkembang pesat di sektor pangan global karena standar lingkungan dan sosial dalam ekonomi kopi memiliki implikasi serius dan jangka panjang bagi keberlanjutan ekosistem alam di daerah tropis dan mata pencaharian produsen kopi yang sebagian besar merupakan petani kecil. . Skema verifikasi

rantai pasokan yang saat ini beroperasi dalam perdagangan kopi Indonesia termasuk 'Organik', 'Perdagangan Adil', 'Aliansi Hutan Hujan', 'Utz Kapeh', dan 'Praktik CAFÉ Starbucks', yang semuanya berupaya untuk mengatasi masalah lingkungan (dan sosial) di lokasi produksi melalui sinyal pasar yang dikirim oleh pembeli di sepanjang rantai pasokan. Kemitraan sertifikasi terbaru yang diperkenalkan ke sektor kopi Indonesia adalah 4C (Kode Umum untuk Komunitas Kopi), yang bertujuan untuk mendorong keberlanjutan dalam rantai kopi hijau 'arus utama' dan untuk meningkatkan jumlah kopi yang memenuhi kriteria keberlanjutan dasar ekonomi, lingkungan, dan sosial. Namun demikian, kemitraan global di sektor kopi ini kadang-kadang dipandang sebagai persaingan antar pembeli kemitraan kopi di Utara untuk menjamin ketersediaan pasokan kopi yang berkelanjutan dari negara-negara produsen di Selatan (Jeff Neilson, 2008).

Sektor kakao Indonesia sedang dalam tahapan proses revitalisasi untuk mengembalikan peran utamanya dalam pendapatan ekspor bagi petani kakao skala kecil seperti pada akhir tahun 1990-an. Gerakan Nasional (Gernas) untuk meningkatkan produksi kakao yang dimulai di Sulawesi pada tahun 2009, dengan mengembangkan kultur jaringan untuk pembibitan kakao, peningkatan kapasitas petani, perbaikan praktek pertanian di lapangan, dan peningkatan kualitas biji kakao dapat memberikan jalan yang lebih baik untuk meningkatkan daya saing industri kakao di masa depan. Cepat atau lambat, kemitraan sertifikasi global kakao akan memperluas operasinya di Indonesia karena permintaan pasar kakao akan membutuhkan standar keberlanjutan yang lebih tinggi dan persyaratan lain dari tata kelola lingkungan global. Namun, ketika pemerintah Indonesia saat ini memberlakukan pajak ekspor kakao untuk mengembangkan industri pengolahan hilir di dalam negeri, hasil bersih untuk meningkatkan daya saing mungkin tidak sebaik niat awal, terutama karena terbatasnya upaya untuk memperbaiki struktur pemasaran dan domestik rantai pasok pasar kakao.

METODE PENELITIAN

Dalam penulisan ini, penulis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang terdapat pada sumber-sumber bacaan yang digunakan penulis menggunakan studi dokumentasi. Studi dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau orang lain tentang subjek. Studi dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan. Sumber yang digunakan pada studi dokumentasi ini berupa jurnal-jurnal terkait dan sumber-sumber internet lainnya.

Populasi dalam penelitian laporan ini adalah perkembangan dari hasil teh yang dihasilkan oleh Indonesia. Sampel penelitian diambil dari ruang lingkup dalam garis besar aja, karena jika kami mengambil sampel dari beberapa daerah di Indonesia cukup rumit dikarenakan penghasilan teh di Indonesia cukup banyak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Masalah Struktural yang Mempengaruhi Penawaran dan Permintaan

Indonesia merupakan pemain kecil ekonomi teh dunia, hanya menyumbang 4 persen dari produksi teh dunia, dan hanya memproduksi 150 ribu ton pada tahun 2010. Indonesia menempati urutan ke 7 negara penghasil teh, jauh lebih rendah dari China (memproduksi sekitar 1,56 juta ton), India (978 ribu ton), Kenya (514 ribu ton), Sri Lanka (290 ribu ton), Vietnam (250 ribu ton), dan Turki (200 ribu ton). Peringkat ini merupakan penurunan dari peringkat kelima pada tahun 2005 yang sebagian besar disebabkan oleh penurunan produksi teh. Secara umum, penurunan produksi teh Indonesia sekitar 1 persen per tahun dalam sepuluh tahun terakhir lebih disebabkan oleh menurunnya luas panen sebesar 1,9 persen per tahun. Luas panen perkebunan teh menurun dari 153 ribu hektar pada tahun 2000 menjadi hanya 124 ribu hektar pada tahun 2010. Rendahnya harga di tingkat petani dan tingginya permintaan lahan pertanian dan penggunaan lainnya telah berkontribusi pada permasalahan struktural ekonomi teh dalam satu dekade terakhir (Rohayati Suprihatini, 2005).

Masalah struktural ini memberikan ancaman serius bagi 320 ribu pekerja yang terlibat di industri teh, dimana sekitar 1,3 juta orang yang menggantungkan hidupnya pada ekonomi teh berada dalam kondisi mata pencaharian yang kritis. Jika tidak ada tindakan kebijakan di tahun-tahun mendatang, kontribusi tahunan sebesar US \$ 110 juta dari pendapatan luar negeri teh akan hilang dalam waktu yang relatif singkat. Demikian pula, kontribusi ekonomi teh sebesar Rp 1,2 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia akan sirna, kecuali jika ada strategi serius dan sistematis untuk merevitalisasi ekonomi teh, dari bisnis hulu hingga hilir. Dengan produktivitas yang relatif konstan, peningkatan biaya produksi teh, pendapatan ekonomi dari pembudidayaan dan pengolahan teh tampaknya tidak berpotensi tinggi untuk mendorong pembangunan ekonomi lokal, apalagi berkontribusi pada pengentasan kemiskinan di pedesaan (Jeffrey Neilson & Pritchard, 2007).

Perkembangan industri hilir dan sektor pengolahan teh di Indonesia cukup lambat antara lain karena insentif investasi yang buruk, pajak pertambahan nilai sebesar 10 persen untuk setiap kegiatan pengolahan, kurangnya dukungan pemerintah yang konsisten. PPN 10% menghambat perkembangan yang tepat di sektor hilir, yang mengakibatkan produsen lebih memilih mengekspor teh curah daripada teh olahan / kemasan. Meski PPN 10 persen telah dicabut pada Januari 2007, namun efek distorsi tetap ada, karena KPP Provinsi belum mengeluarkan pedoman pelaksanaan kebijakan tersebut. Krisis ekonomi global yang terjadi sejak tahun 2008 turut berkontribusi pada menurunnya kinerja ekspor teh Indonesia. Rata-rata harga teh dunia turun dari US \$ 2,92 per kilogram pada tahun 2011 menjadi US \$ 2,69 per kilogram pada tahun 2012, meskipun harga tersebut menunjukkan tren peningkatan sejak Maret 2012. Faktor yang mempengaruhi kinerja ekspor teh Indonesia antara lain adanya permintaan dan penawaran yang ada. teh di pasar global, kualitas produk teh, hambatan perdagangan di negara tujuan ((Rohayati Suprihatini, 2005); (Kustanti & Widiyanti, 2007)).

Lingkungan Bisnis Yang Mempengaruhipermintaan Dan Penawaran

Pertama, biaya bisnis tinggi. Ada kebutuhan mendesak untuk penyederhanaan peraturan karena biaya tambahan yang dibebankan oleh rezim peraturan Indonesia pada bisnis. Negara ini terus berada di peringkat yang buruk dalam hal kemudahan berbisnis,

dengan sedikit peningkatan yang terlihat sejak tahun 2005. Dalam peringkat Kemudahan Berbisnis tahun 2015 dari Bank Dunia, Indonesia berada di peringkat 114 dari 189 negara, jauh di belakang Malaysia, Thailand, Vietnam, dan Filipina. Peringkat Indonesia untuk memulai bisnis, menangani izin konstruksi, membayar pajak, dan menegakkan kontrak sangat rendah, dan lebih setara dengan negara berkembang berpenghasilan rendah daripada negara berpenghasilan menengah. Menurut laporan Doing Business terbaru, hambatan utama untuk memulai dan menjalankan bisnis di Indonesia terkait dengan koordinasi yang buruk di dalam dan di antara lembaga pemerintah, regulasi yang berlebihan oleh berbagai lembaga, dan izin usaha yang diwajibkan oleh berbagai lapisan pemerintah. Selain itu, kesulitan dalam penegakan kontrak karena lemahnya supremasi hukum. Bahkan proyek konstruksi sederhana dapat membuat frustrasi - misalnya, 17 prosedur dan izin berbeda diperlukan sebelum konstruksi dapat dilakukan, membutuhkan lebih dari 200 hari untuk menyelesaikannya, yang mana lebih dari 50% lebih tinggi daripada di bagian lain Asia Timur dan Pasifik.

Kedua, korupsi. Indonesia telah mengubah dirinya sejak tahun 1998 menjadi negara yang relatif terbuka, stabil, dan demokratis. Bersamaan dengan itu, upaya pemberantasan korupsi dan perbaikan tata kelola telah dilakukan. Kebebasan pers telah ditingkatkan; kewenangan dilimpahkan ke daerah; *check and balances* antara eksekutif, legislatif, dan yudikatif diperkuat; peran formal pasukan keamanan dalam proses politik diakhiri; dan kerangka kelembagaan, termasuk pembentukan Komisi Pemberantasan Korupsi, dikembangkan. Namun, undang-undang yang sudah ketinggalan zaman dan beban berat dari instruksi yang berorientasi pada administrasi, dikombinasikan dengan pemerintahan yang dibayar rendah dan semakin terfragmentasi dan layanan sipil, telah meningkatkan ruang lingkup kebijaksanaan birokrasi dan korupsi. Dengan desentralisasi, jumlah individu yang mencari suap dan suap dilaporkan meningkat, dan biaya korupsi menjadi kurang dapat diprediksi. Sekitar 8 dari 10 orang Indonesia mengatakan bahwa korupsi tersebar luas di pemerintahan dan bisnis, yang persentasenya lebih tinggi daripada di bagian lain Asia Tenggara.

Ketiga, sektor keuangan yang dangkal. Akses ke kredit merupakan kendala yang signifikan bagi kegiatan sektor swasta di Indonesia, terutama untuk usaha mikro dan kecil. Sektor keuangan didominasi oleh bank (78% aset) dan klaimnya kepada sektor swasta hanya 35%, dibandingkan dengan sekitar 100% untuk Malaysia, Thailand, dan Filipina. Pada akhir 2015, kapitalisasi pasar saham hanya 50% dari PDB (dibandingkan dengan 160% di Malaysia, 2012), dan sekuritas hutang yang beredar setara dengan 15% dari PDB (dibandingkan dengan 120% di Malaysia, 2012). Baik pasar uang maupun pasar valuta asing tipis, dengan penggunaan swap dan opsi terbatas. Pasar keuangan yang lebih dalam dibutuhkan untuk memobilisasi tabungan guna mendanai investasi dan untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis. Meskipun sektor perbankan sehat dan diatur dengan baik, diperlukan upaya yang substansial untuk mengembangkan pasar uang, pasar valuta asing, dan pasar modal. Munculnya *e-banking*, *e-money*, dan *peer-to-peer banking* seharusnya meningkatkan inklusi keuangan, tetapi menimbulkan tantangan regulasi dan pengawasan baru (R Suprihatini, 2011).

Pembahasan

Indonesia adalah pemain kecil ekonomi bahan pokok dunia, hanya menyumbang 8 persen dari ekspor dunia lebih dari 1,6 juta ton per tahun. Produksi bahan pokok telah tumbuh dengan stabil dalam dekade terakhir, mengharapkan peran yang meningkat di pasar dunia dalam waktu dekat. Pada tahun 2010 produksi bahan pokok di Indonesia lebih dari 145 ribu ton per tahun, sedikit meningkat setelah mengalami penurunan yang cukup signifikan pada tahun 2009 akibat kondisi basah yang cukup lama. Lebih dari 70 persen produksi bahan pokok diekspor ke pasar dunia, menghasilkan sekitar US \$ 82 juta. Volume dan nilai ekspor yang terus meningkat dalam satu dekade terakhir, salah satu tanda meningkatnya daya saing industri bahan pokok (R Suprihatini, 2011).

Bahan-bahan pokok di Indonesia awalnya dikembangkan sebagai pohon konservasi pada tahun 1980-an, ketika Indonesia mengalami laju deforestasi yang tinggi yang menyebabkan bertambahnya luas lahan kritis, terutama di kawasan timur Indonesia. Produksi bahan-bahan pokok di provinsi Jawa Timur, Jawa Tengah dan provinsi lain juga berasal dari daerah kering, seperti di Pulau Madura di Jawa Timur, pesisir utara Jawa Tengah, Bali utara, dll. Banyak bahan-bahan pokok juga tumbuh penting di provinsi Nusa Tenggara Barat, terutama di pulau Sumbawa, bagian provinsi yang kering. Sejak pertengahan tahun 1990-an, pemerintah dan swasta telah berupaya untuk memberikan nilai tambah pada produksi bahan pokok dengan menyediakan alat sederhana. Upaya ini tidak hanya berkontribusi pada nilai tambah komoditas tetapi juga memberikan kesempatan kerja bagi perempuan pedesaan di unit penembakan atau sentra pengolahan, dan / atau koperasi pedesaan yang menangani usaha bahan-bahan pokok. Sektor swasta dalam usaha bahan pokok memiliki keuntungan dalam mengamankan pasokan kacang untuk usaha pengolahannya sendiri untuk memenuhi pasar dalam negeri dan sebagian lagi untuk pasar ekspor (Wibawa et al., 2002).

Sayangnya, yang dilakukan oleh swasta dalam usaha bahan-bahan pokok di sentra produksi bahan makanan masih sangat terbatas. Mayoritas produksi bahan pokok ke pasar dunia tanpa mengupas. Kecenderungan ini juga terjadi di negara-negara produsen bahan pokok lainnya, di mana sekitar 40 persen tanaman bahan-bahan pokok dunia dikupas di luar negara asalnya. Nilai tambah ekonomi bahan pokok sebagian besar ditangkap oleh India dan Vietnam, dua negara yang mengimpor bahan pokok dalam jumlah besar dari negara-negara Asia dan Afrika serta melakukan kegiatan pengupasan dan pengolahan lainnya di negaranya. Namun apabila pelaku usaha memandang bahwa penambalan bahan pokok merupakan kegiatan usaha yang menguntungkan, maka industri bahan pokok di Indonesia lambat laun akan berkembang lebih baik, sehingga daya saing industri tersebut akan meningkat secara signifikan. Perkembangan produk turunan bahan pokok juga berkembang sangat pesat di Indonesia, seiring perkembangan industri makanan yang menggunakan berbagai bahan pokok sebagai inputnya cukup menjanjikan dalam beberapa tahun terakhir.

Bahan-bahan pokok Indonesia diterima dengan baik secara internasional dalam pasar kompetitif dari berbagai negara (Fitzpatrick & Jaeger, 2007). Ada beberapa keunggulan komparatif: pertama, kernel yield (berat biji / berat biji dalam cangkang) baik; kedua, Indonesia memiliki posisi geografis yang baik untuk melayani dua pembeli utama kacang dalam cangkang, India dan Vietnam; dan ketiga, waktu panen ideal karena tidak ada produsen pesaing lain yang mampu memasok pembeli pada periode kuartal keempat

ketika Indonesia biasanya memanen.

KESIMPULAN

Indonesia memiliki potensi untuk mencapai tingkat pertumbuhan ekonomi lingkungan pertanian yang lebih tinggi. Populasi konsumen berpenghasilan menengah yang besar dan terus berkembang, bonus demografis, tingkat pencapaian pendidikan yang lebih tinggi, perpindahan tenaga kerja yang stabil dari pertanian dengan produktivitas rendah ke sektor lain, dan pengejaran teknologi seharusnya secara substansial meningkatkan potensi pertumbuhan negara. Integrasi ASEAN akan menambah tekanan persaingan, tetapi juga akan membantu mengintegrasikan Indonesia ke dalam salah satu kawasan yang tumbuh paling pesat di dunia. Peluang investasi dan pertumbuhan baru juga diciptakan saat RRT menyeimbangkan kembali dan bagian dari manufaktur padat karya bergeser ke pusat produksi lain.

Indonesia telah beroperasi jauh di bawah potensi pertumbuhannya selama bertahun-tahun karena berbagai kendala. Manajemen makroekonomi telah dilakukan dengan hati-hati, tetapi belum cukup untuk menahan penurunan daya saing makro. Ketergantungan yang besar pada ekspor komoditas, selama tahun-tahun ledakan komoditas, telah berkontribusi pada apresiasi nilai tukar yang nyata, sehingga mengurangi daya saing sektor non-komoditas yang dapat diperdagangkan. Hal ini juga membuat Indonesia rentan terhadap volatilitas pendapatan ekspor dan arus modal. Setelah krisis keuangan Asia, pemerintah memprioritaskan stabilitas fiskal dan moneter daripada kebijakan ekspansif, dan telah mengurangi tingkat utang publik secara drastis. Konsolidasi fiskal, selain membantu membangun penyangga terhadap guncangan, juga telah mengurangi kontribusi kebijakan fiskal terhadap pertumbuhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, B. (2005). Supply-chain of natural rubber in Indonesia. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 2(1), 1–16.
- Fitzpatrick, J., & Jaeger, P. (2007). Indonesia Cashew Sector Development Study Corporation. *Research Report for the International Finance Makassar: IFC*.
- Kumar, P. (2011). *Indonesia Food & Agribusiness Outlook, Leading the Southeast Asian Growth Story*. Utrecht: Rabobank International Food & Agribusiness Research and Advisory.
- Kustanti, V. R., & Widiyanti, T. (2007). Research on supply chain in the tea sector in Indonesia. *Jakarta: The Business Watch Indonesia*.
- Neilson, Jeff. (2008). Global private regulation and value-chain restructuring in Indonesian smallholder coffee systems. *World Development*, 36(9), 1607–1622.
- Neilson, Jeffrey, & Pritchard, B. (2007). Green coffee? The contradictions of global sustainability initiatives from an Indian perspective. *Development Policy Review*, 25(3), 311–331.
- Suprihatini, R. (2011). Kebijakan yang Perlu Diperjuangkan untuk Revitalisasi Agribisnis

Teh Nasional(Proposed Policies for Revitalizing the National Tea Agribusiness).
Gambung, West Java: The Research Institute for Tea and Cinchona (RITC).

Suprihatini, Rohayati. (2005). Indonesian tea export competitiveness in the world's tea market. *Jurnal Agro Ekonomi*, 23(1), 1–29.

Wibawa, G., Rosyid, M. ., Nancy, C., Noordwijk, M. va., & Joshi, L. (2002). Marketing Rubber in Jambi, Indonesia: Traditional Systems and the New Indonesian National Standard (SNI). *Working Paper of the Indonesian Rubber Research Institute (IRRI) at Sembawa, Palembang and World Agroforestry Center (ICRAF) Southeast Asia, Bogor.*

Pengaruh Masa Pandemi Covid 19 Terhadap Wirausaha Kecil Di Indonesia

¹Nogi Sugianti

¹ Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi

Article history

Received:04-Mei- 2021

Revised: 12-Juni-2021

Accepted:108-July-2021

*Corresponding Author:

Nogi Sugianti,
Ekonomi Syariah,
Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam,
Universitas Islam Negeri
Sultan Thaha Saifuddin
Jambi
Email:
Nogisugianti11@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seperti apa pengaruh yang ditimbulkan covid 19 terhadap wirausaha kecil yang ada di Indonesia. Metode penelitian berupa metode deskriptif kualitatif, dengan menggunakan sumber data sekunder dari hasil penelitian, referensi dan berita online yang terkait langsung dengan penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dampak wabah Covid-19 kepada perekonomian. Pandemi covid-19 telah membuat banyak sektor terpuruk, termasuk sektor UMKM. Dampak covid-19 telah merusak rantai pasokan, penurunan kapasitas produksi, penutupan pabrik, hingga larangan bepergian.

Kata Kunci : Pengaruh, Covid 19, UMKM

PENDAHULUAN

Awal kemunculan pandemi covid-19 berasal dari Wuhan, China yang menyebar hingga seluruh dunia termasuk di Indonesia tepatnya awal maret 2020. Penyebaran virus ini dapat melalui kontak fisik manusia melalui hidung, mulut dan mata. Dampak yang ditimbulkan dari wabah ini dirasakan oleh hampir seluruh sektor. Pemerintah dan lembaga keagamaan telah menerbitkan kebijakan untuk memutus rantai persebaran covid-19, salah satunya dengan pembatasan sosial. Akibatnya laju perekonomian kian melemah, sektor pariwisata ditutup, pusat perbelanjaan semakin sepi pengunjung, sehingga pendapatan masyarakat kian menurun. Padahal ekonomi adalah salah satu faktor penting dalam keberlangsungan kehidupan.

Kajian yang dibuat oleh Kementerian Keuangan menunjukkan bahwa pandemi covid-19 memberikan implikasi negatif bagi perekonomian domestik seperti penurunan konsumsi dan daya beli masyarakat, penurunan kinerja perusahaan, ancaman pada sektor perbankan dan keuangan, serta eksistensi UMKM. Pada aspek konsumsi dan daya beli masyarakat, pandemi ini menyebabkan banyak tenaga kerja berkurang atau bahkan kehilangan pendapatannya sehingga berpengaruh pada tingkat konsumsi dan daya beli masyarakat terutama mereka yang ada dalam kategori pekerja informal dan pekerja harian.

Sektor UMKM yang terganggu selama pandemi covid-19 selain daripada makanan dan minuman, juga yang terdampak adalah industri kreatif dan pertanian. Hasil survey menunjukkan bahwa kesulitan yang belum pernah dihadapi perusahaan sebelumnya akibat pandemi covid-19, yaitu dua dari tiga perusahaan yang menghentikan operasinya baik sementara maupun secara permanen, karena pendapatan menurun drastis.

Menurut Kemenkop UMKM ada sekitar 37.000 UMKM yang memberikan laporan bahwa mereka terdampak sangat serius dengan adanya pandemi ini ditandai

dengan sekitar 56% terjadi penurunan penjualan, 22% permasalahan pada aspek pembiayaan, 15% masalah distribusi barang, dan 4% kesulitan mendapatkan bahan baku mentah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruh masa pandemi covid 19 terhadap wirausaha kecil di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Peneliti mengumpulkan dan mendeskripsikan semua efek yang terjadi akibat covid-19 dan dampaknya terhadap bisnis UMKM yang ada di Indonesia. Tetapi hanya ada sedikit riset empiris yang mengkaji terkait covid-19 dan dampaknya terhadap bisnis UMKM. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi yakni dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber referensi. Selain itu, penulis menggunakan literature review dan research article dari jurnal dan pemberitaan online untuk membuat kesimpulan dan evaluasi pada permasalahan yang dikaji. Metode analisis data berupa data sekunder baik berupa data kualitatif maupun kuantitatif dari jurnal dan pemberitaan online. Data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada, diperoleh dari hasil riset, referensi dan pemberitaan online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adaptasi UMKM Dimasa Pandemi Covid-19

Keadaan di masa pandemi ini memaksa masyarakat untuk tetap *stay at home* dengan mengurangi aktivitas di luar rumah, hal ini menimbulkan efek harga barang kian melambung naik. Hal ini dirasakan oleh pedagang grosir yang biasanya menyuplai barang dengan jumlah banyak, kini harus mengurangi jumlah suplainya. Langkah ini dilakukan sebab pedagang khawatir barang tidak dapat terjual. Sementara bagi pedagang eceran, dampak omset dari pandemi ini tidak dirasa signifikan. Sebab, pedagang eceran hanya menuplai barang dengan jumlah sedikit sesuai dengan modal, sehingga resiko barang tidak terjual tidak terlalu banyak. Dari hal ini dapat dicerminkan bahwa Strategi yang digunakan pelaku UMKM dalam kegiatan ekonomi ialah dengan strategi mensuplai barang lebih sedikit dari sebelumnya, serta mengambil keuntungan sedikit dari tiap item barang yang dijual. Dengan strategi tersebut pemilik usaha sudah dapat beradaptasi. Omset para pelaku UMKM antara pedagang grosir dan pedagang eceran memiliki perbedaan. Terutama bagi pedagang grosir mengalami perubahan omset, yang sebelumnya 100% kini mengalami penurunan omset hingga 50%. Sedangkan untuk pedagang eceran tidak mengalami penurunan signifikan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa para pelaku UMKM baik pedagang eceran maupun pedagang grosir melakukan alternatif kegiatan jual beli melalui mengambil laba sedikit dari setiap item barang yang dijual, serta menyuplai barang dengan jumlah lebih sedikit dari sebelumnya guna menghindari resiko kerugian.

Pertumbuhan teknologi informasi yang kian pesat dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM, penggunaan teknologi dapat menunjang kegiatan UMKM dalam penjualan barang dagangannya maupun dalam pemasaran hal ini sejalan dengan pembatasan sosial serta kebijakan untuk *stay at home* yang diterbitkan oleh pemerintah. Dengan melakukan penjualan secara online pembeli dapat dengan mudah menemukan barang yang dicari, ketika pembeli melakukan *cek out* pada barang yang dipilihnya maka secara otomatis. Ketika barang sudah laris terjual, pemilik usaha dapat mensuplai barang dengan jumlah yang banyak. Namun banyak pelaku UMKM yang jalan ditempat karena minimnya inovasi.

Pelaku UMKM diharapkan mampu untuk berpikir kritis sekaligus inovasi

dalam memproduksi barang dan jasa. Meski barang yang ditawarkan sejenis, tetapi jika masing-masing memiliki perbedaan yang signifikan maka membuat konsumen mempunyai banyak pilihan. Salah satu faktor penyebab pendistribusian barang terhambat sebab belum melakukan teknologi yang ada yaitu secara online. Padahal saat ini telah beberapa pelaku UMKM sudah melakukan pemasaran online yakni melalui media sosial, situs marketing, dan lain-lain.

UMKM yang mampu bertahan ditengah pandemi covid-19 ini antara lain adalah UMKM yang udah terhubung dengan ekosistem digital dengan memanfaatkan *marketplace* yang ada di Indonesia dengan mengadaptasikan bisnisnya dengan produk-produk inovasi, misalnya yang tadinya menjual produk-produk tas dan baju kemudian merubah produknya menjadi jual masker kain. Demikian halnya dengan industry ritel yang mampu bertahan, hal ini dikarenakan sebagian memanfaatkan penjualan melalui marketing digital.

Faktor yang mempengaruhi Pendapatan UMKM di Masa Pandemi Covid-19

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM di masa pandemi yaitu:

1. *Social distancing*, yakni serangkaian tindakan pengendalian infeksi untuk menghentikan atau memperlambat penyebaran penyakit menular seperti Covid-19. (Telkom Indonesia, 2020)
2. PSBB, didefinisikan sebagai Pembatasan kegiatan tertentu penduduk dalam suatu wilayah yang diduga terinfeksi penyakit untuk mencegah kemungkinan penyebaran penyakit atau kontaminasi. (UU 6/2018, Pasal 1 angka 11 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar)
3. Harga bahan baku meningkat. Bahan baku adalah persediaan yang dibeli oleh perusahaan untuk diproses menjadi barang setengah jadi dan akhirnya barang jadi atau produk akhir dari perusahaan. (Yusniaji dan Widajanti, 2013)
4. Kesulitan penjualan. Penjualan adalah suatu kegiatan yang terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa, secara kredit maupun secara tunai. (Fitriani dalam (Mulyadi, 2008))
5. Teknologi, yakni keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia.
6. Bantuan dana, salah satu bentuk bantuan yang diberikan pemerintah adalah bantuan dana bergulir. Dana bergulir mulai diterapkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2000. (Asmara, 2018)
7. *Influencer*, yakni seseorang yang dapat mempengaruhi orang lain. Seorang dikatakan sebagai influencer jika orang tersebut memiliki pengikut yang banyak dan perkataannya dapat mempengaruhi orang lain. (Sugiharto dan Ramadhana, 2018)
8. Perbankan, Bank adalah badan usaha yang wujudnya memuaskan keperluan orang lain, dengan memberikan kredit berupa uang yang diterima dari orang lain dengan mengeluarkan uang baru kertas atau logam. (Astarina dan Hapsila, 2019)
9. Konsumsi, yakni kegiatan manusia menggunakan atau memakai barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan. (Wahyuni, 2013)
10. Kebijakan structural, kebijakan ini ialah suatu proses pembangunan ekonomi dan telah menghasilkan suatu pertumbuhan ekonomi yang tinggi. Perubahan struktur ekonomi terjadi akibat perubahan sejumlah faktor, biasanya hanya dari sisi permintaan agregat,

sisi penawaran agregat atau dari kedua sisi pada waktu yang bersamaan. (Ayuningtyas (2016) dalam (Khaeruddin et al., 2020))

Dampak Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia

Menghadapi tantangan ekonomi akibat pandemi covid-19 diperlukan berbagai jenis pendekatan baik secara makro maupun mikro. Secara pendekatan makro melalui kebijakan pemerintah guna membantu UMKM dan memulihkan perekonomian, pemerintah harus mempertimbangkan beberapa tindakan, diantaranya dengan mengumpulkan pasal sunset dari langkah-langkah dukungan ekonomi dan bisnis serta secara progresif mengadopsi dukungan yang terfokus pada pemulihan. Dalam hal ini pengaturan waktu serta kecepatan sangatlah penting. Namun penarikan dukungan yang terlalu cepat dapat berdampak pada kegagalan perusahaan yang membuat persaingan kian melemah, tetapi disisi lain dukungan yang berkepanjangan dapat berakibat distorsi, mengurangi insentif guna berinovasi dan beradaptasi, serta memerngkap sumber daya dalam kegiatan yang tidak produktif.

Dukungan pemulihan inklusif dapat dilakukan pemerintah dengan memastikan jika arus perusahaan yang masuk maupun keluar dilakukan secara beertahap. Dalam hal ini terdapat peluang peningkatan status pailit, memberikan akses penutupan bisnis tidak produktif serta restrukturisasi bisnis yang layak, maupun meningkatkan kemampuan pengusaha untuk memulai bisnis baru setelah kegagalan. Sebab kebangkrutan dapat meningkat secara drastis, reformasi kebijakan harus mampu membatasi efek negatif dan penggunaan biaya pribadi bagi pegusaha gagal yang jujur. Semua ini membutuhkan pengembangan kriteria untuk menilai UMKM mana yang harus mendapatkan dukungan selama pemulihan dan transisi ke model bisnis baru. Semisal, memanfaatkan perkembangan *Fintech* dan alat-alat digital untuk penilaian risiko kredit yang lebih efektif, pemberian layanan dan pemantauan menyeluruh dapat membantu mengatasi keterbatasan pendekatan tradisional untuk pembiayaan bisnis pada saat ketidakpastian seperti saat ini belum pernah terjadi sebelumnya. Sejauh ini, pemerintah belum memanfaatkan instrumen ini secara efektif.

Selain itu, instrumen pembiayaan non-utang harus digunakan lebih banyak untuk mengatasi lebih beragam kebutuhan dalam populasi UMKM dan memperkuat struktur modal mereka. Ketiga, dukungan pemerintah harus menjangkau para pengusaha dan UMKM yang dapat meningkatkan ketahanan ekonomi dan masyarakat di era pasca-COVID. Awal yang inovatif, kewirausahaan dan model bisnis baru harus dipromosikan.

Pada saat yang sama, UMKM tradisional yang sebagian besar menghilang dan perusahaan mikro yang berjuang untuk mengambil manfaat dari transisi digital harus mempercepat digitalisasi dan adopsi teknologi, perubahan organisasi dan peningkatan keterampilan. Agar mampu keluar dari zona krisis, UMKM harus ditunjang dengan digitalisasi serta kemampuan tenaga kerjanya sebab, hanya sedikit inisiatif kebijakan yang bertujuan meningkatkan ketahanan jangka panjang dari potensi pertumbuhan umkm maupun bisnis yang sudah mapan.

Pandemi covid-19 berdampak pada ketidakstabilan dalam perekonomian terutama pada UMKM. Pelaku UMKM ini merasakan dampak langsung berupa penurunan omset. Untuk itu pelaku UMKM harus memiliki strategi untuk dapat bertahan di tengah pandemi ini dan dituntut untuk dapat menyesuaikan diri terhadap kondisi yang terjadi. Menurut Laura Hardilawati (2020) ada beberapa strategi yang dapat dilakukan UMKM untuk dapat mempertahankan bisnisnya, yaitu melakukan penjualan melalui *e-commerce* karena masyarakat sekarang banyak beralih ke belanja online. Melakukan pemasaran produk dengan memanfaatkan teknologi digital (*digital marketing*) untuk dapat menjangkau lebih banyak konsumen. Melakukan perbaikan kualitas produk dan kualitas serta jenis layanan. Melakukan pemasaran hubungan pelanggan untuk

menciptakan kepercayaan konsumen dan menumbuhkan loyalitas pelanggan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa hanya sedikit inisiatif kebijakan yang bertujuan untuk meningkatkan ketahanan jangka panjang dari bisnis yang telah mapan dan potensi pertumbuhan UMKM. Penerapan strategi menyuplai barang yang lebih sedikit dari sebelumnya, serta mengambil laba sedikit dari item barang yang dijual, pemilik usaha sudah bisa beradaptasi. Selain itu, UMKM harus muncul dengan perlengkapan yang lebih baik secara digital dan dengan kemampuan tenaga kerja yang diperkuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmara,C. F. (2018). Implementasi Bantuan Dana Bergulir Bagi Pelaku Usaha. *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Maritim Raja Al Haji*
- Astarina, I., Hapsila, A., & Fitrio, T. (2019). The influence of discipline on lecturers' motivation and performance in Indragiri College of Economics (STIE) Rengat. *International Journal of Scientific Research and Management*, 7(09).
- Khaeruddin, G. N., Nawawi, K., & Devi, A. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Umkm Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pedagang Kaki Lima Di Desa Bantar Jaya Bogor). *Jurnal Akrab Juara*, 5(4), 86-101.
- laura Hardilawati, W. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal akuntansi dan ekonomika*, 10(1), 89-98.
- Mulyadi. (2008). Perhitungan Harga Pokok Produksi, Makalah STIE Pandu Madania. Bogor.
- Sugiharto, S. A., Ramadhana, M. R., & Psi, S. (2018). Pengaruh kredibilitas influencer terhadap sikap pada merek (studi pada mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom). *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, 8(2), 1-7
- Wahyuni, S. (2013). Teori Konsumsi Dan Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *AKUNTABEL*, 10(1).
- Yusniaji, F., & Widajanti, E. (2013). Analisis Penentuan Persediaan Bahan Baku Kedelai yang Optimal dengan Menggunakan Metode Stockhastic pada PT. Lombok Gandaria. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol*, 13(2), 158-170.

Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional Dan Kompensasi Finansial Terhadap Kinerja Karyawan PT. Traya Tirta Cisadane

¹Estika Paramita Sani, ²Yolla Komala, ³Feymi Damayanti ⁴Deny Hadi Saputra

¹⁻⁴ Fakultas Ekonomi, Universitas Matana, Tangerang

Article history

Received:04-Mei- 2021

Revised: 12-Juni-2021

Accepted:08-July-2021

*Corresponding Author:

Estika Paramita Sani,

Yolla Komala,

Feymi Damayanti,

Deny Hadi Saputra

Fakultas Ekonomi,

Universitas Matana,

Tangerang

Email:

estika.paramita@matauniversity.ac.id

Abstrak: Persaingan dunia usaha sangatlah ketat, hal ini menjadikan tantangan bagi dunia usaha dan setiap komponen yang terlibat mampu memaksimalkan potensi yang dimilikinya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah gaya kepemimpinan transformasional dan kompensasi finansial berpengaruh langsung terhadap kinerja karyawan, apakah kinerja karyawan dapat memediasi pengaruh gaya kepemimpinan transformasional dan kompensasi terhadap kinerja karyawan perusahaan pengelola air mineral pada PT Traya Tirta Cisadane. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah analisis jalur. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang disebar. Hasil penelitian ini adalah kepemimpinan transformasional berpengaruh positif secara langsung terhadap kinerja karyawan. Kompensasi berpengaruh positif secara langsung terhadap kinerja karyawan.

Kata Kunci : Kinerja Karyawan, Kompensasi dan Gaya Kepemimpinan Transformasional.

PENDAHULUAN

Perubahan lingkungan yang begitu cepat menuntut kemampuan mereka dalam menangkap fenomena perubahan tersebut, menganalisis dampaknya terhadap organisasi dan menyiapkan langkah langkah guna menghadapi kondisi tersebut., peran manajemen sumber daya manusia dalam organisasi tidak hanya sekedar administrative, tetapi justru lebih mengarah pada bagaimana mampu mengembangkan potensi sumber daya manusia agar menjadi kreatif dan inovatif (Gaol, 2014).

Seiring dengan persaingan yang semakin tajam karena perubahan teknologi yang cepat dan lingkungan yang begitu drastis pada setiap aspek kehidupan manusia, setiap organisasi membutuhkan sumber daya manusia yang mempunyai kompetensi agar dapat memberikan pelayanan yang prima dan bernilai. Dengan kata lain, organisasi tidak hanya mampu memberikan pelayanan yang memuaskan (kostumer satisfaction), tetapi juga berorientasi pada nilai (costumer value) sehingga organisasi tidak semata-mata mengejar pencapaian produktivitas kerja yang tinggi, tetapi lebih kepada kinerja dalam proses pencapaiannya (Gaol, 2014).

Gaya kepemimpinan transformasional menurut (Mondiani, 2014) adalah kemampuan untuk memberikan inspirasi dan memotivasi para pengikutnya untuk mencapai hasil-hasil yang lebih besar daripada yang direncanakan secara orisinil dn untuk imbalan internal. Selain kepemimpinan transformasional pihak perusahaan harus memberikan kesejahteraan atas apa yang telah diberikan karyawan kepada perusahaan. Kompensasi adalah segala sesuatu yang diberikan perusahaan kepada karyawan sebagai balas jasa atas kontribusi yang diberikan dari karyawan kepada perusahaan. (Mulyadi, 2015)

Setiap perusahaan tentunya ingin memiliki karyawan dengan tanggung jawab yang penuh terhadap tugas yang di perintahkan. Maka dari itu menurut Edison (2016:190) kinerja adalah suatu proses yang mengacu dan di ukur selama periode waktu tertentu berdasarkan ketentuan atau kesepakatan yang telah ditetapkan sebelumnya. Prawirosentono dalam sinambela (2016:48) kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam upaya pencapaian tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hokum dan tidak bertentangan dengan moral dan etika.

Setiap perusahaan tentunya ingin memiliki pemimpin yang dapat memotivasi para karyawannya dan pemimpin yang adil atas balas jasa yang diberikan oleh karyawannya. Terdapat dua pembahasan yang penting dalam penelitian ini yaitu kepemimpinan transformasional dan kompensasi finansial. Kedua pembahasan tersebut mampu meningkatkan kinerja karyawan dengan memberikan motivasi dan standar kerja yang benar mengenai apa yang harus dilakukan oleh para karyawan, begitu pula dengan perusahaan yang merupakan objek penelitian yang digunakan oleh penulis.

Perusahaan yang akan saya teliti adalah perusahaan instalasi pengolahan air minum yang mengolah air baku yang bersumber dari sungai Cisadane menjadi air minum yang memenuhi persyaratan 3K (Kualitas, Kuantitas dan Kontibuitas). Kualitas air minum mengacu pada standar Permenkes No.492/MENKES/PER/IV/2010 dan standar kinerja PDAM Tirta Kerta Rahaja. Sumber air baku yang di olah adalah Sungai Cisadane, Air Minum yang dihasilkan digunakan oleh penduduk Tangerang Selatan, Jakarta Selatan dan Jakarta Barat. Penduduk yang dilayani oleh perusahaan tersebut sudah lebih dari 1 juta orang. Rasa saling percaya dan saling perhatian antar pemimpin maupun rekan kerja perusahaan membuat para karyawan bekerja dengan rasa tanggung jawab yang baik terhadap individu dan lingkungan kerja. serta pada saat karyawan melaksanakan tugasnya masing-masing para karyawan mendapatkan kenyamanan bekerja, sehingga dapat meningkatkan kualitas kerja yang baik.

Pada perusahaan tersebut setiap karyawan selalu disiplin pada saat melakukan segala sesuatu yang bersangkutan dengan tugas pekerjaan yang diberikan. Sehingga dari uraian latar belakang ini penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Kompensasi Finansial Terhadap Kinerja Karyawan”.

Berdasarkan fenomena yang terjadi dalam meningkatkan kinerja karyawan, maka didapatkan masalah yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah gaya kepemimpinan transformasional berpengaruh terhadap kinerja karyawan PT Traya Tirta Cisadane?
2. Apakah kompensasi finansial berpengaruh terhadap kinerja karyawan PT Traya Tirta Cisadane?

Dari perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah mengetahui gaya kepemimpinan transformasional dan kompensasi finansial terhadap kinerja karyawan yang akan dibahas pada penelitian ini dengan PT Traya Tirta Cisadane sebagai objek penelitian.

LANDASAN TEORI

Gaya Kepemimpinan Transformasional

Menurut Robbins dan Judge (2015) Kepemimpinan transformasional adalah pemimpin yang menginspirasi para pengikutnya untuk menyampingkan kepentingan pribadi mereka demi kebaikan organisasi dan mereka mampu memiliki pengaruh yang luar biasa pada diri para pengikutnya. Mereka menaruh perhatian terhadap kebutuhan pengembangan diri para pengikutnya, mengubah kesadaran para pengikut atas isu-isu yang ada dengan cara membantu orang lain memandang masalah lama dengan cara yang baru, serta mampu menyenangkan hati dan menginspirasi para pengikutnya untuk bekerja keras guna mencapai tujuan-tujuan bersama.

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa gaya kepemimpinan transformasional adalah pemimpin yang mampu menginspirasi dan memberikan motivasi terhadap para pengikutnya untuk mengutamakan tujuan organisasi.

Indikator:

- kemampuan mengambil keputusan
- kemampuan memotivasi karyawan,
- kemampuan komunikasi

- kemampuan mengendalikan bawahan, tanggung jawab

- kemampuan mengendalikan emosional.

Kompensasi Finansial

Kompensasi finansial adalah sesuatu yang diterima oleh karyawan dalam bentuk gaji, bonus, upah, asuransi dan lain-lain yang dibayar oleh organisasi (Dessy, 2015)

Indikator:

Kompensasi terbagi menjadi dua bagian, yaitu kompensasi finansial secara langsung dan kompensasi finansial secara tidak langsung.

- kompensasi finansial secara langsung meliputi bayaran yang diperoleh seseorang dalam bentuk insentif, gaji dan bonus.
- Sedangkan kompensasi finansial secara tidak langsung yaitu program asuransi, ruang kantor, serta pemberian fasilitas seperti kendaraan.

Berdasarkan penjelasan diatas menurut penulis bahwa kompensasi finansial adalah suatu imbalan yang diberikan perusahaan terhadap karyawannya dalam bentuk uang atau jasa yang mereka sumbangkan pada perusahaan.

Kinerja

Kinerja adalah hasil kerja yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya sesuai dengan standar kinerja yang telah ditetapkan oleh perusahaan tersebut (Mamik;2010, Apriyanto:2015). Kinerja merupakan suatu kondisi yang harus diketahui dan dikonfirmasi kepada pihak tertentu untuk mengetahui tingkat pencapaian hasil suatu instansi dihubungkan dengan visi yang diemban suatu organisasi atau perusahaan serta mengetahui dampak positif dan negatif dari suatu kebijakan operasional. (Edison, 2018)

Dimensi dan Indikator

Dimensi yang dipakai sebagai panduan dalam penelitian ini adalah kinerja seperti (Robbins, 2014) yaitu:

1. Kuantitas

Kuantitas merupakan jumlah yang dinyatakan dan yang dihasilkan seperti jumlah, unit, jumlah siklus aktivitas yang diselesaikan.

2. Kualitas

Kualitas merupakan tingkat baik buruknya persepsi karyawan terhadap kualitas pekerjaan yang dihasilkan oleh karyawan tersebut.

3. Efektivitas

Merupakan tingkat penggunaan sumber daya organisasi (tenaga, teknologi, uang serta bahan baku) dimaksimalkan dengan maksud menaikkan hasil dari setiap unit penggunaan sumber daya.

4. Kemandirian

Merupakan tingkatan dari seorang karyawan yang nantinya akan dapat menjalankan fungsi kerjanya

Kinerja seseorang dapat diukur berdasarkan tiga dengan memenuhi target, kualitas, dan tepat waktu dalam penyelesaian tugasnya harus dilakukan dengan cara yang benar dan tepat juga, transparan dan juga dapat dipertanggung jawabkan. Menurut (Setiawan, 2014) untuk menentukan tingkat kinerja dapat menggunakan indikator-indikator sebagai berikut:

1. Ketepatan penyelesaian tugas

Dalam hal ini dapat dilihat bagaimana karyawan dapat mengelola waktu yang dimiliki dengan menyelesaikan pekerjaannya dengan tepat waktu.

2. Kesesuaian jam kerja

Karyawan mematuhi semua peraturan perusahaan yang dimana bersangkutan dengan ketepatan kehadiran pada waktu masuk atau pulang kerja dan juga jumlah kehadiran.

3. Tingkat kehadiran

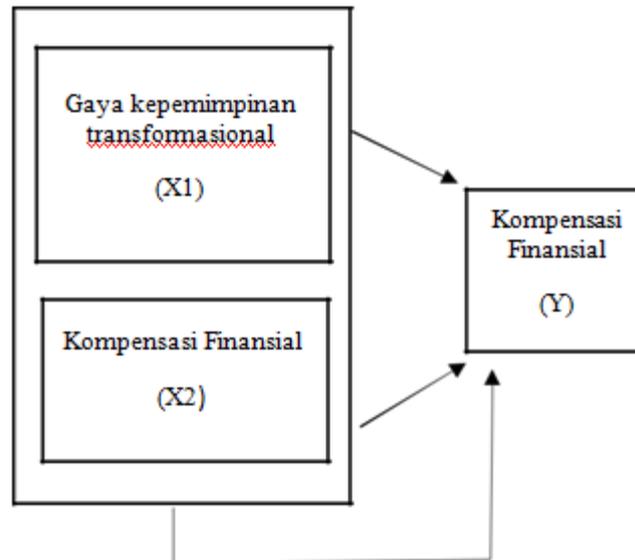
Dalam periode tertentu dihitung jumlah ketidak hadirannya karyawan

4. Kerja sama antar karyawan

Setiap karyawan mampu dalam bekerja sama dengan karyawan lainnya guna untuk mencapai tujuan perusahaan dan juga dapat menyelesaikan tugasnya dengan baik.

5. Kepuasan kerja

Kerangka Penelitian



Hipotesis

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang berjudul pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Kompensasi Finansial terhadap Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan Departemen Collection Pada Perusahaan Finance Di Bali pada Tahun 2015, terdapat pengaruh signifikan antara pengaruh gaya kepemimpinan transformasional dan kompensasi finansial terhadap kinerja karyawan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- H1:** Terdapat pengaruh antara Gaya Kepemimpinan Transformasional (X1) terhadap Kinerja Karyawan (Y) di PT Traya Tirta Cisadane Serpong Tangerang Selatan
- H2:** Terdapat pengaruh antara Kompensasi Finansial (X2) terhadap Kinerja Karyawan (Y) di PT Traya Tirta Cisadane Serpong Tnagerang Selatan
- H3:** Terdapat pengaruh antara Gaya Kepemimpinan Transformasional (X1) dan Kompensasi Finansial (X2) terhadap Kinerja Karyawan (Y) di PT Traya Tirta Cisadane Serpong Tangerang Selatan. Setiap karyawan merasa puas akan pekerjaan yang diberikan kepadanya yang sudah menjadi tanggung jawab untuk kedepannya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Sumber data ini berasal dari sumber sekunder, yaitu studi pustaka. Teknik dalam pengambilan data yang digunakan dalam penulisan makalah ini adalah *literature review*. Data yang didapatkan akan dianalisis dengan merujuk pada teknik analisis data kualitatif, dengan cara reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan (Yuliansyah, Hakim, dan Suryani, 2015). Objek penelitian dari penelitian ini adalah karyawan perusahaan. Variable independen dalam penelitian ini adalah gaya kepemimpinan transformasional (X1), kompensasi finansial (X2), dan variable independen dalam penelitian ini adalah kinerja karyawan PT Traya Tirta Cisadane (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian dari jurnal sebelumnya yaitu jurnal dengan judul “Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional dan Kompensasi terhadap Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan Departemen Collection pada Perusahaan Finance Bali ditemukan bahwa Kepemimpinan transformasional dan kompensasi berpengaruh positif secara langsung terhadap kepuasan kerja dan kinerja karyawan. Kepuasan kerja berpengaruh positif secara langsung terhadap kinerja karyawan. Kepemimpinan transformasional dan kompensasi berpengaruh positif secara tidak langsung terhadap kepuasan dan kinerja karyawan.

Namun pada jurnal yang berjudul “Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional dan Kompensasi Finansial terhadap Kinerja Karyawan” ditemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepemimpinan transformasional, namun ditemukan bahwa terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara kompensasi secara tidak langsung terhadap kinerja karyawan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan, dapat disimpulkan bahwa gaya kepemimpinan transformasional dan kompensasi finansial berpengaruh signifikan atau positif terhadap kinerja karyawan, seperti pemimpin mampu menjadi motivasi atau contoh bagi karyawannya untuk bekerja lebih semangat lagi, dan pemimpin dapat memberikan perhatian kepada karyawan secara individu dan pemimpin bertanggung jawab atas apa yang sudah diberikan oleh karyawan terhadap perusahaan

Maka saran untuk peneliti selanjutnya, jika ingin meneliti kepemimpinan transformasional dan kompensasi dapat menggunakan X dan Y saja. Namun jika ingin meneliti gaya kepemimpinan transformasional, kompensasi finansial dan kinerja karyawan secara keseluruhan maka sebaiknya digunakan X, Y dan Z.

DAFTAR PUSTAKA

Apriyanto, W., & Satrio, R. B. (2015). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(11).

C.J, G. (2014). Human Kapital: Sumber daya manusia. jakarta: Grasindo.

Dessy, P. W. (2015). *pengaruh gaya kepemimpinan transformasional dan kompensasi finansial terhadap kinerja karyawan*. Erlangga.

Edison, E., Anwar, Y., & Komariyah, I. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. (Cetakan kesatu). Bandung: Alfabeta.

Jimmy, G. (2015). A to Z Human Capital Manajemen Sumber Daya Manusia. *Grasindo. Jakarta.*

Mondiani, T. (2012). Pengaruh kepemimpinan transformasional dan kompensasi terhadap kinerja karyawan PT. PLN (PERSERO) UPJ Semarang. *Jurnal Administrasi*

Bisnis, 1(1), 46-54.

Kusumah, M. (2016). *Pengaruh kompensasi kepemimpinan terhadap kepuasan karyawan dan implikasinya terhadap kinerja karyawan (Studi Terhadap Karyawan Penunjang Medis Rumah Sakit Al Islam Bandung)* (Doctoral dissertation, UNPAS).

Robbins, S., & Coulter, M. (2007). *Manajemen, Edisi Kedelapan*. Jakarta: PT Indeks.

Setiawan, F., & Dewi, A. S. K. (2014). Pengaruh kompensasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan pada CV. Berkah Anugrah. *E-Jurnal Manajemen*, 3(5).

Sejarah Perkembangan Manajemen Strategi Dukungan Stakeholder

¹Rintan Wulandari, ²Kasfur Anwar US

¹⁻²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sulthan Saifuddin Jambi

Article history

Received:04-Mei- 2021

Revised: 12-Juni-2021

Accepted:08-July-2021

*Corresponding Author:

Rintan Wulandari,

Kasfur Anwar US

Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Islam,

Universitas Islam Negeri

Sulthan Saifuddin Jambi

Email:

Rintanwd30@gmail.com

Abstrak: Manajemen Strategi adalah suatu bidang ilmu yang interdisiplin dan berkembang dengan pesat pada beberapa waktu belakangan ini. Ilmu itu berkembang seiring dengan perkembangan disiplin ilmu lain, seperti pemasaran, mikro, makro, perilaku organisasi, dan banyak lagi. Perkembangan ilmu itu juga sejalan dengan perubahan yang terjadi pada lingkungan, seperti persaingan di industri, perilaku konsumen, dan teknologi. Perusahaan harus dapat mengadaptasi perubahan tersebut bila ingin tetap bertahan dalam bisnisnya. Jika tidak maka akan terlindas oleh perubahan tersebut. Untuk tetap dapat bertahan, banyak konsep yang diperkenalkan oleh para pakar. Artikel ini menerangkan secara singkat konsep utama yang menjadi penyumbang dalam perkembangan ilmu manajemen strategi tersebut.

Kata Kunci : Perkembangan, Manajemen Strategi, Dukungan Stakeholder

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi, perbatasan negara bagian akan runtuh. Demikian pendapat dan penulis Jepang yang mempunyai reputasi internasional, Kenichi Ohmae dan bukunya Akhir BangsaNegara bagian . Pengaruh siaran TV, seperti CNN yang dapat ditangkap dimanamana oleh antena parabola, menyebabkan natipada negara tidak lagi dapat menyensor warga negaranya lihat apa yang terjadi di dunia, bahkan di negaranya sendiri. Beberapa tahun terakhir biaya telepon internasional tidak akan melebihi tarif domestik. Semua orang dapat menggunakan e-mail secara murah. Di lainpihak, berkembang negara pun ramairamai ikut mode untuk menggabungkan diri pada berbagai rencana kawasan perdagangan bebas, seperti AFTA dan APEC. Pada kumpulan ekonomi regional, sama sekali tidak dibayangkan bahwa kedaulatan negara akan dikorbankan atau ditelan oleh suatu berwenang supranasional. Akan tetapi, di Eropa ada gejala, baik ekonomi maupun politik, negara yang bergabung dengan Uni Eropa berangsur-angsumenyerahkan berbagai kepolisianda Brussel yang merupakan pusat pemerintahan dari Uni Eropa. Gejala dunia tanpa batas akan meluas dalam jamaninformasi elektronika dan GATT/WTO pascaputaran Uruguay. Hal tersebtentunya membawa implikasi terhadap dunia bisnis. John Naisbitt menyebut era saat ini sebagai "yang paling menarik dekade". Bagaimana perusahaan berperilaku danmenerapkan strategi bersaing untuk persaingan di era globalisasi mendorong penulis untuk membahas mengenai perkembangan strategi manajemen.

Penulis memulai pembahasan pada evolusi dari strate manajemengi dengan konsep keunggulan bersaing yang diperkenalkan Michael Porter dan bukunya Kompetitif Strategi . Pada awal tahun 1990-an, (Hamel & Prahalad, 1990) memperkenalkan konsep komptensi inti sebagai faktor penentu bagaimana perusahaan dapat memenangkanpersaingannya. Setelah itu, secara berturut-turut penulis membahas Hypercompetition dari Richard

D'Aveni dan Strategi Kerajinan dari Henry Mintzberg, dan lain-lain.(Hax & Majluf, 1984)

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Sumber data ini berasal dari sumber sekunder, yaitu studi pustaka. Teknik dalam pengambilan data yang digunakan dalam penulisan makalah ini adalah *literature review* dengan mengumpulkan data dari berbagainsumber referensi. Selain itu, penulis menggunakan literature review dan research article dari jurnal dan pemberitaan online untuk membuat kesimpulan dan evaluasi pada permasalahan yang dikaji. Metode analisis data berupa data sekunder baik berupa data kualitatif maupun kuantitatif dari jurnal dan pemberitaan online. Data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada, diperoleh dari hasil riset, referensi dan pemberitaan online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam sebuah organisasi bisnis yang ada terdapat sebuah pihak yang disebut dengan stakeholder. Pihak stakeholder ini merupakan pihak pemangku kepentingan dalam suatu organisasi bisnis yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh tindakan dari bisnis secara keseluruhan.

Konsep stakeholder pertama kali digunakan dalam sebuah memorandum internal 1963 di Stanford Research lembaga. Ini didefinisikan pemangku kepentingan sebagai “kelompok-kelompok yang tanpa dukungan organisasi akan berhenti untuk eksis.” Teori ini kemudian dikembangkan dan diperjuangkan oleh R. Edward Freeman pada 1980-an. Sejak itu telah mendapat penerimaan luas dalam praktek bisnis dan teori yang berkaitan dengan manajemen strategis, tata kelola perusahaan, tujuan bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Akan tetapi, kini stakeholder bukan hanya mereka yang berkecimpung dalam organisasi bisnis tersebut. Dalam perkembangannya Stakeholder mencakup pihak-pihak lain yang dibedakan sebagai Stakeholder Internal dan Stakeholder Eksternal.

Dalam kenyataan tersebut muncullah berbagai jenis stakeholder. Namun, dengan pengertian yang telah dituliskan diatas dapat diketahui bahwa seiring dengan berkembangnya zaman, sebuah organisasi bisnis pun mengalami mindset perubahan. Organisasi bisnis secara umum diketahui sebagai sebuah lembaga ataupun institusi yang menyediakan dan memproduksi barang barang serta jasa untuk masyarakat dan bertujuan untuk memperoleh laba bagi perusahaan mereka.

Kini, organisasi bisnis juga memperhatikan isu-isu lain terkait dengan tata kelola perusahaan yang strategis dan efisien serta perhatian terhadap karyawan suatu perusahaan, bahwasannya pimpinan perusahaan kini harus mampu mengelola perusahaan tidak hanya secara pola kerja yang efektif namun juga harus mampu menciptakan kondisi persaingan sehat antar karyawan di perusahaan tersebut dan tentunya persaingan sehat antar organisasi bisnis lainnya.

Selain itu, organisasi bisnis juga mulai memperhatikan isu-isu sosial yang berkembang dalam masyarakat. Organisasi bisnis memikirkan cara agar prospek bisnis mereka sejatinya dapat membawa pengaruh lain bagi masyarakat. Misalnya saja, saat ini sudah banyak perusahaan yang mengadakan program CSR berbasis kegiatan lingkungan hidup, kesehatan, serta kepedulian terhadap bidang pendidikan.

Stakeholder adalah individu, sekelompok manusia, komunitas atau masyarakat baik secara keseluruhan maupun secara parsial yang memiliki hubungan serta kepentingan terhadap perusahaan. Individu, kelompok, maupun komunitas dan

masyarakat dapat dikatakan sebagai stakeholder jika memiliki karakteristik seperti yang diungkapkan oleh (Budimanta et al., 2008) yaitu mempunyai kekuasaan, legitimasi, dan kepentingan terhadap perusahaan.

Teori Stakeholder

“society is a network of voluntary relationships between individuals and organized groups, and strictly speaking there is hardly ever merely one society to which one person exclusively belongs” (Hayek, 1981).

Pada tahun 1984 terbit sebuah buku karangan R. Edward Freeman yang berjudul “strategic Management: A Stakeholder Approach” (Freeman, 2010). Buku Freeman tersebut dalam waktu relative singkat menarik perhatian para pemikir karena isinya dianggap menggoncangkan paradigma “managerial capitalism” ataupun madzab strategi bisnis yang bertujuan maksimalisasi shareholder value yang dominan saat itu (bahkan masih cukup kuat sampai hari ini). Managerial capitalism adalah sebuah paradigma mengenai penguasaan perusahaan-perusahaan kapitalistis oleh manager.

Managerial capitalism didefinisikan sebagai perubahan pengelolaan (control) atas perusahaan kapitalis dari pemilik (di era Karl Marx) ke para manajemen eksekutif. Tentu saja undang-undang korporasi yang ruhnya dilahirkan pada era dimana para pemilik (kapitalis) sangat dominan perlu memberikan jaminan bahwa para manajer tersebut bekerja untuk para pemilik. Dalam konteks ini seolah-olah manajemen (dan pemilik) seolah-olah berada dalam satu kubu menghadapi pihak-pihak lain.

Jelas sekali bahwa beberapa teori, seperti teori keagenan, ataupun beberapa ideologi, seperti kapitalisme dan sosialisme, sangat dipengaruhi oleh paradigma managerial capitalism tersebut. Hal itu terlihat jelas dari peran sentral pemilik (shareholders) dan manajemen dalam menjelaskan fenomena bisnis dan ekonomi di masyarakat.

Hal ini berbeda dengan konsep dalam teori pemangku kepentingan (stakeholder) yang memandang bahwa kelangsungan perusahaan di dalam lingkungan bisnisnya tergantung pada berbagai pihak pemangku kepentingan yang tidak hanya terbatas pada pemilik dan manajemen, seperti misalnya pemerintah, karyawan, kreditur, dan konsumen. Institusi tercipta tidak hanya untuk memenuhi kepentingan sendiri melainkan memenuhi kebutuhan macam-macam pihak yang ada disekitarnya. Teori stakeholder paling tidak memiliki tiga pendekatan yang saling terkait: deskriptif, instrumental, dan normatif.

Pendekatan teori deskriptif tersebut menguraikan karakteristik dan perilaku organisasi. Misalnya dalam (Jawahar & McLaughlin, 2001), kedua peneliti menguraikan peran masing-masing stakeholder pada siklus tahapan bisnis yang berbeda. Pendekatan teori instrumental mencermati data empiris mengenai hubungan antara manajemen kelompok-kelompok kepentingan dengan pencapaian tujuan organisasi. Pendekatan instrumental biasanya bisa dinyatakan dalam kalimat “jika manajemen berperilaku... maka akan berakibat...” pendekatan normatif membahas inti teori serta petunjuk moral etika yang menjadi pedoman manajemen dalam mengelola perusahaan.

Menurut pendekatan ini hubungan antara manajemen dengan stakeholder dilandasi oleh komitmen moral (Berman et al., 1999). Klaim kelompok stakeholders tertentu dilandasi atas pandangan etika tertentu yang tidak selalu terkait dengan tata nilai instrumental stakeholders. Artinya, memenuhi klaim yang dilandasi pandangan etika ini tidak selalu menyebabkan tercapainya kepentingan strategis organisasi.

Beberapa orang menganggap teori pemangku kepentingan bukan “teori” karena tidak memenuhi syarat sebagai teori, yaitu tidak terdiri dari proposisi yang bisa diuji. Mereka menganggap “teori pemangku kepentingan” sebagai kerangka (framework) dimana dari situ bisa ditarik berbagai pemikiran.

Jenis-Jenis Stakeholder

Berikut ini terdapat beberapa jenis-jenis stakeholder, antara lain:

1. Stakeholder Utama (primer)

Stakeholder utama merupakan stakeholder yang memiliki kaitan kepentingan secara langsung dengan suatu kebijakan, program, dan proyek. Mereka harus ditempatkan sebagai penentu utama dalam proses pengambilan keputusan.

2. Stakeholder Pendukung (sekunder)

Stakeholder pendukung (sekunder) adalah stakeholder yang tidak memiliki kaitan kepentingan secara langsung terhadap suatu kebijakan, program, dan proyek, tetapi memiliki kepedulian (*concern*) dan keprihatinan sehingga mereka turut bersuara dan berpengaruh terhadap sikap masyarakat dan keputusan legal pemerintah.

3. Stakeholder Kunci

Stakeholder kunci merupakan stakeholder yang memiliki kewenangan secara legal dalam hal pengambilan keputusan. Stakeholder kunci yang dimaksud adalah unsur eksekutif sesuai levelnya, legislatif, dan instansi. Misalnya, stekholder kunci untuk suatu keputusan untuk suatu proyek level daerah kabupaten.

Peran dan Fungsi Stakeholder

Peran pihak yang memiliki kepentingan utama atau stakeholder dalam organisasi bisnis ataupun dalam perusahaan, adalah sebagai berikut :

1. Pemilik (*owner*) atau Pemegang Saham

Pada awalnya suatu bisnis dimulai dari ide seseorang atau lebih tentang suatu barang atau jasa dan mereka mengeluarkan uangnya (modal) untuk membiayai usaha tersebut, karena mereka memiliki keyakinan bahwa kelak dikemudian hari akan mendapatkan imbalan (keuntungan) dan mereka mengorganisasi, mengelola dan menanggung segala resiko bisnis.

2. Karyawan (*employee*)

Karyawan dalah orang yang diangkat dan ditugaskan untuk menjalankan kegiatan perusahaan. Kinerja perusahaan sangat bergantung pada kinerja seluruh karyawan, baik secara individu maupun secara kelompok.

3. Kreditor (*creditor*)

Adalah lembaga keuangan atau individu yang memberikan pinjaman kepada perusahaan. Kreditor sebagai pemberi pinjaman, umumnya mengajukan persyaratan tertentu untuk meyakinkan bahwa uang yang mereka pinjamkan kelak akan dapat dikembalikan tepat waktu ,sesuai jumlah dan berikut prestasinya.

4. Pemasok (*supplier*)

Pemasok adalah partner kerja dari perusahaan yang siap memenuhi ketersediaan bahan baku, oleh karena itu kinerja perusahaan juga sebagian tergantung pada kemampuan pemasok dalam mengantarkan bahan baku dengan tepat waktu. Misalnya pemasok kepentingan, jika barang dan jasa yang mereka pasok relative langka dan sulit untuk memperoleh barang/jasa substitusi.Kekuatan relatif organisasi terhadap pemangku kepentingan tidak selalu lemah.

5. Pelanggan (*customer*)

Dengan mengidentifikasi pelanggan, perusahaan akan lebih fokus dalam memberikan produk dan jasa yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan mereka. Oleh karena itu perusahaan memiliki kepentingan utama untuk mengidentifikasi individu yang menggunakan produk dan jasa mereka (pelanggan, pesaing dan konsumen).

Suatu perusahaan tidak akan bertahan lama tanpa ada seorang customer. Customer merupakan target dari suatu perusahaan untuk menjualkan hasil produksinya. Untuk menarik seorang customer, suatu perusahaan harus menyediakan produk dan layanan yang terbaik serta harga yang bersahabat. Misalnya, suatu organisasi dapat memiliki kekuatan yang sangat baik, apalagi jika kondisi pelanggan tidak dapat memperoleh barang/jasa substitusi yang baik pula.

6. Pesaing

Kesuksesan perusahaan biasanya tergantung pada pengetahuan karyawan tentang pesaing dan peranan mereka dalam bisnis. Bentuk yang paling umum dari pesaing langsung. Pesaing langsung menyediakan produk atau jasa yang sama dalam industri, seperti yang diproduksi oleh perusahaan kita. Sebagai contoh Toyota dan Suzuki, Jatayu Air dan Adam Air adalah pesaing langsung satu sama lain.

7. Pemerintah

Pemerintah misalnya, memiliki kekuasaan untuk memberikan perijinan. Dalam masyarakat yang masih ditandai dengan adanya KKN yang masih kuat, bukan tidak mungkin kekuasaan pemerintah dalam memberikan perijinan dapat mengagalkan semua rencana yang disusun oleh perusahaan.

Kedudukan Stakeholder

Hasil analisis stakeholders diperoleh kelompok stakeholders :

Promoters : Kepentingan Besar, Kekuatan Besar.

Defenders : Kepentingan Besar, Kekuatan Kecil.

Latents : Kepentingan Kecil, Kekuatan Besar.

Apathetics : Kepentingan dan Kekuatan Kecil

Contoh Stakeholder

Pelanggaran Etika Bisnis oleh Oreo PT. Nabisco

Segmentasi PT. Nabisco pun tepat dalam mengeluarkan produk biskuit coklat berlapisan susu ini. Namun biskuit oreo yang merupakan biskuit favorit anak-anak mengandung bahan melamin. Dalam kasus Oreo sengaja menambahkan zat melamin padahal bila dilihat dari segi kesehatan manusia, zat tersebut dapat menimbulkan kanker hati dan lambung. BPOM dan dinas kesehatan mengatakan bahwa oreo produksi luar negeri mengandung melamin dan tidak layak untuk dikonsumsi karna berbahaya bagi kesehatan maka harus ditarik dari peredarannya. Pembersihan nama oreo pun sebagai biskuit berbahaya cukup menguras tenaga bagi public relation PT. Nabisco.

Mempelajari Dokumen Perusahaan

Pada tahapan ini dilakukan studi dokumen perusahaan yang relevan untuk mendapatkan inputan yang akan digunakan pada tahapan berikutnya. Dokumen perusahaan yang dapat digunakan adalah struktur tim program implementasi ERP, struktur organisasi perusahaan PTPN XI, dan job description.

Membuat Strategi Manajemen Stakeholder

Pada tahapan ini tiap stakeholder akan dibuatkan rencana strategi manajemen terkait bagaimana PMO harus memperlakukan stakeholder sesuai dengan power dan

interest nya.

Melakukan Validasi Strategi Manajemen Stakeholder

Strategi yang telah dibuat perlu divalidasi oleh pihak PT Perkebunan Nusantara XI. Validasi ini berguna untuk melakukan pengecekan apakah strategi manajemen yang dibuat sudah paling sesuai dengan power dan interest dari tiap stakeholder.

Analisa dan Hasil

Analisis dilakukan sesuai dengan metodologi pada bagian sebelumnya. Hasil dan pembahasan akan disajikan berdasarkan urutan aktivitas pada metodologi.

Matrix Power/ Interest

Matrix power/interest merupakan bentuk visualisasi dari penilaian interest dan power yang telah dilakukan sebelumnya. Berikut ini adalah matrix power/interest stakeholder program implementasi ERP di PTPN XI.

Matrix power/interest membagi stakeholder ke dalam empat kuadran, yaitu Key Players, Keep Informed, Keep Satisfied, dan Minimal Effort. Dari hasil pengelompokan, didapatkan kesimpulan masing-masing kuadran sebagai berikut:

Key Players menggambarkan kelompok yang berisi stakeholder yang sangat dibutuhkan dukungannya. Key Players merupakan stakeholder yang biasanya terlibat di dalam aktivitas yang membutuhkan keputusan penting.

1. Keep Informed merupakan kelompok stakeholder yang perlu PMO selalu beri informasi mengenai perkembangan proyek atau sebagainya.
2. Keep Satisfied adalah kelompok yang sebaiknya mendapatkan informasi terkait proyek supaya mereka tetap merasa puas (satisfied). Stakeholder pada kelompok ini harus dikelola sebagaimana mungkin supaya mereka tidak menghambat jalannya proyek.
3. Minimal Effort adalah kelompok stakeholder yang tingkat power dan dedikasinya lebih rendah dari kelompok lain.

Strategic Management

1. *Strategic planning* tidak akan berguna bila tidak ada dukungan, masukan, dan komitmen dari lower level manager.
2. Planning harus terintegrasi dengan sistem administrasi yang ada di perusahaan, seperti management control, komunikasi dan informasi, serta motivasi dan rewards.
3. Sistem administrasi dan struktur organisasi harus dapat dikoordinasikan dengan baik dengan *culture* (budaya) dari perusahaan.

Perencanaan Strategis Bisnis

1. Tahun 60-an terjadi perubahan lingkungan yang penting di Amerika Serikat, yaitu pertumbuhan yang terus meningkat dan tingkat persaingan di beberapa kunci industri Amerika.
2. Bergesernya fokus perhatian manajerial dari produksi ke pemasaran. 3. peningkatan pada diversifikasi yang dilakukan beberapa perusahaan penting melalui proses akuisisi yang agresif.

3. Munculnya konsep Segmentasi Bisnis, membagi-bagi bisnis dalam suatu unit atau entitas tertentu yang independenn dan otonom, entitas tersebut yang sekarang dikenal dengan Unit Bisnis Strategis (SBU).
4. Dengan melengkapi SBU itu, memungkinkan manajer secara bebasol bisnis yang dibawahinya, bebas menentukan strategi yang tepat, memiliki konsumen tertentu, pesaing tertentu, tidak harus tergantung dengan bisnis (SBU) lainnya 6.Munculnya Pendekatan Portofolio Bisnisch model yang digunakan seperti diketahui sekarang ini, yaitu Boston Consulting Group Approach (BCG) dan General Electric (GE) Pendekatan.
5. Mulai diperkenalkan dan digunakannya konsep analisis persmodel dari Porter.

Perencanaan Strategis Perusahaan

1. Perkembangan di bidang elektronik dampak dampak perubahan yang pesat di sisi teknologi.
2. Bisnis dari perusahaan berhadapan dengan pesaing baru yaitu Jepang yang menjadi pesaing terkuat bagi mereka. Hal itu membuat persaingan menjadi semakin ketat dan sengit.
3. Proyeksi pada pasar internasional dikarenakan adanya ketidakpastian (ketidakpastian). Penyebabnya adalah inflasi, nilai tukar mata uang asing, dan kondisi perekonomian negara yang berbeda-beda di seluruh dunia
4. Ketidakpastian muncul juga disebabkan oleh pe rilaku yang lebih tegas dari kelompok tertentu dalam masyarakat yang menuntut perhatian yang lebih besar dari perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya. Kelompok tersebut adalah pemangkukepentingan. Stakeholders bukan hanya terdiri dari pemegang saham, kreditur, klien, pemasok, pengelola dan karyawan saja tetapi juga pemerintah, masyarakat, kon aktivis lingkungan hidup, dan lain sebagainya.
5. Tekanan lingkungan eksternal memaksa perusahaan untuk mempertimbangkan kembali kebijakan alokasi atau pembagiansumber daya, jaringan distribusi, Tenaga penjualan, dan lainnya) yadimiliki oleh masing-masing msatu SBU. Pertimbangannya pada pengurangan biaya dan peningkatan efisiensi untuk mengalahkan pesaing.

Ancaman Masuknya Pendetang Baru

Pendetang baru yang masuk ke dalam industri dapat menyebabkan intensitas persaingan meningkat. Besar kecilnya ancaman tersebut ditentukan oleh ada tidaknya hambatan bagi pendatang baru untuk memasuki industri. Besar kecilnya hambatan masuk, antara lain ditentukan oleh hal berikut.

- a. Skala ekonomi
- b. Diferensiasi produk
- c. Capital requirement
- d. Switching cost
- e. Akses ke saluran distribusi
- f. Kebijakan pemerintah

Tingkat Rivalitas di Antara Pesaing yang Ada

Tingkat rivalitas di antara pesaing merupakan upaya masing-masing pesaing

memenangkan persaingan melalui penerapan strategi harga, promosi, peningkatan kualitas pelayanan, dan lain-lain. Intensitas persaingan antarperusahaan ditentukan oleh beberapa faktor, seperti berikut ini.

- a. Adanya beberapa pesaing yang seimbang.
- b. Perumbuhan industri yang lambat.
- c. Kurangnya diferensiasi atau switching cost.
- d. Pertambahan kapasitas yang tinggi.
- e. Hambatan pengunduran diri yang tinggi.

Tekanan dari Produk Pengganti

Produk pengganti adalah suatu produk yang fungsinya dapat menggantikan fungsi produk suatu industri. Besar kecilnya ancaman produk pengganti tergantung dari tingkat harga dan kualitas produk pengganti dibandingkan dengan produk suatu industri.

Kekuatan Tawar Menawar Pembeli

Kekuatan tawar menawar pembeli akan besar jika terjadi hal berikut.

- a. Pembeli membeli dalam jumlah besar.
- b. Produk yang dibeli adalah produk standar dan tidak terdiferensiasi.
- c. Pembeli memperoleh benefit yang rendah.
- d. Produk industri bukan merupakan produk yang terlalu dibutuhkan oleh pembeli, seperti barang mewah.
- e. Pembeli menempatkan suatu ancaman melakukan backward integration untuk membuat produk industri.

Kekuatan Tawar Menawar Pemasok

Kekuatan tawar menawar pemasok ditentukan oleh hal berikut.

- a. Industri pemasok didominasi oleh sedikit perusahaan.
- b. Produk pemasok merupakan produk unik.
- c. Industri tersebut bukan merupakan pelanggan penting bagi pemasok.
- d. Pemasok memperlihatkan ancaman untuk melakukan forward integration.

Melihat Pandangan Baru Tentang Strategi

Dasar pemikiran Prahalad sederhana saja, persaingan meraih masa depan adalah persaingan untuk menciptakan dan mendominasi peluang yang muncul, memperebutkan ruang bersaing yang baru. Menciptakan masa depan lebih menantang dibandingkan mengejar ketertinggalan karena kita harus membuat sendiri peta jalan kita. Tujuannya bukan sekedar meniru produk dan proses pesaing serta meniru metodenya, melainkan mengembangkan titik pandang yang independen tentang peluang masa depan dan bagaimana memanfaatkannya. Menciptakan jalur (*path breaking*) jauh lebih menguntungkan dibandingkan mematok duga (*bench marking*). Orang tidak mungkin tiba paling dulu di masa depan dengan membiarkan orang lain menjadi perintis.

Tersirat adalah arsitektur strategik yang memberikan cetak biru untuk membangun kompetensi yang diperlukan untuk mendominasi pasar masa depan. Dengan pandangan baru tersebut, tidak perlu memikirkan ketidakcocokan antara tujuan dan sumber daya tetapi lebih mementingkan penciptaan tujuan abadi (*stretch goals*) yang menantang para karyawan untuk mencapai apa yang nampaknya tidak mungkin. Strategi adalah upaya untuk mengatasi kendala sumber daya melalui kegiatan kreatif tanpa akhir untuk mendapatkan resource leverage yang lebih baik.

Cara Baru Melihat Keunggulan Bersaing

Melihat keunggulan bersaing dengan cara baru adalah dalam pandangan yang dinamis. Dalam pandangan tersebut, ada beberapa ketentuan yang berlaku.

1. Setiap keunggulan akan mengalami erosi. Hal itu berarti bahwa keunggulan bersaing tidak akan tetap bertahan sebagai *sustainable competitive advantage*. Cepat atau lambat, pesaing akan meniru atau bahkan mengatasi keunggulan yang sudah dimiliki tersebut. Bila hal tersebut terjadi maka keunggulan itu tidak akan berarti apa-apa lagi.
2. Membuat keunggulan bertahan lama berarti bunuh diri. Berusaha mempertahankan keunggulan bersaing yang dimiliki, menurut D'Aveni berarti memberi kesempatan kepada pesaing untuk memperkuat diri dan mendapatkan keunggulan baru. (D'Aveni & Robert, 1994)
3. Tujuannya ialah meruntuhkan, bukan membuat *sustainable competitive advantage*. Dalam situasi *hypercompetition*, tujuan utama strategi adalah meruntuhkan status quo dan mengambil inisiatif dengan menciptakan sederetan *temporary competitive advantage*. Dengan cara tersebut, perusahaan akan selalu selangkah di depan dibandingkan dengan para pesaingnya, bergerak dari satu keunggulan ke keunggulan yang baru.
4. Mengambil inisiatif dengan langkah kecil. Karena siklus persaingan semakin pendek, kebutuhan untuk mendapatkan keunggulan baru dengan cepat menjadi meningkat. Dengan demikian, tidak mungkin lagi memikirkan strategi untuk lima atau sepuluh tahun ke depan. Hal yang dibutuhkan adalah serentetan langkah pendek yang akan diambil berurutan.

Cara Lama Melihat Keunggulan Bersaing

Cara lama melihat keunggulan bersaing, menurut D'Aveni, adalah persaingan berada dalam situasi relatif statis. (D'Aveni & Robert, 1994) Keunggulan bersaing dalam situasi statis tersebut, diperoleh dari keberhasilan dalam empat arena kunci persaingan sebagai berikut.

1. Harga dan Kualitas (*Price and Quality*)

Pandangan yang paling sederhana tentang keunggulan bersaing adalah perusahaan bersaing dengan harga atau dengan kualitas barang. Dengan harga rendah diharapkan penjualan meningkat dan biaya tetap dapat dialokasikan pada volume penjualan yang besar. Harga rendah tersebut hanya mungkin jika biaya produksi juga rendah dan hal tersebut dapat dilakukan menggunakan konsep *Porter Overall Cost Leadership*. Dengan harga yang tinggi diharapkan dapat diperoleh margin yang tinggi dengan kualitas yang tinggi. Hal tersebut dapat dilakukan dengan konsep Porter *Product Differentiation*. Dalam pandangan itu, keunggulan yang dimiliki, baik berupa harga maupun kualitas, dapat bertahan lama dengan upaya tertentu. Akan tetapi, dalam pandangan yang lebih dinamis, keunggulan yang diperoleh, baik dengan harga maupun kualitas, tidak akan bertahan lama. Pesaing akan muncul dengan produk yang berkualitas atau dengan harga yang lebih rendah.

2. Waktu dan Pengetahuan (*Time dan Know-How*)

Arena persaingan kedua adalah dengan memasuki pasar lebih dulu dari pesaing dan

dengan penguasaan teknologi. Dalam pandangan yang statis, keunggulan itu juga dapat dipertahankan dalam jangka waktu cukup lama. Namun, dalam pandangan yang lebih dinamis tentang keunggulan bersaing, masing-masing pesaing akan berusaha terlebih dahulu dalam memasuki pasar dengan menguasai teknologi untuk inovasi produk.

3. Daerah Kekuasaan (*Strongholds*)

Arena persaingan ketiga untuk mendapatkan keunggulan bersaing dalam pandangan statis adalah dengan membatasi jumlah pesaing dalam daerah kekuasaan tertentu dengan menciptakan *Barrier to Entry*. Dengan jumlah pesaing yang sedikit, masing-masing akan menikmati laba besar dan situasi itu akan bertahan selama *Barriers to Entry* dapat dipertahankan. Dalam pandangan yang lebih dinamis tentang keunggulan bersaing, *Barriers to Entry* pada akhirnya akan runtuh karena pesaing yang ingin masuk akan melakukan segala upaya untuk mengatasi rintangan tersebut.

4. Dompot Tebal (*Deep Pocket*)

Arena persaingan keempat adalah menggunakan sumber daya yang lebih besar. Dengan banyaknya sumber daya yang digunakan, perusahaan akan memiliki kapasitas bersaing lebih besar. Akan tetapi, dalam pandangan yang lebih dinamis, keunggulan tersebut akan hilang bila beberapa pesaing membentuk aliansi untuk menghadapi perusahaan yang memiliki sumber daya lebih besar.

Pandangan dinamis tentang keunggulan bersaing, menurut D'Aveni didasarkan pada tiga prinsip dasar berikut. (D'Aveni & Robert, 1994)

1. Interaksi Strategis yang Dinamis

Prinsip pertama, bahwa dalam strategi bersaing, semua aksi sebenarnya adalah interaksi. Setiap langkah strategis yang diambil perusahaan sebenarnya adalah *countermove* atau sebagai antisipasi terhadap langkah pesaing. Dalam setiap interaksi yang dinamis, suatu perusahaan yang mengambil langkah untuk mendapatkan keunggulan sementara akan segera dibalas oleh pesaing untuk menetralkan persaingan atau mendapatkan keunggulan baru. Perusahaan pertama akan terpaksa mengambil tindakan balasan lagi dan situasi itu akan terus berlanjut sehingga situasi persaingan dalam industri tersebut akan menjadi lebih ketat.

2. Strategi adalah Relatif

Prinsip kedua yang mendasari pandangan baru tentang keunggulan bersaing adalah bahwa tidak ada strategi yang mutlak, semuanya relatif. Posisi persaingan suatu perusahaan serta ketahanan keunggulan yang dimilikinya selalu dilihat dalam hubungannya dengan pesaing. Posisi perusahaan A dikatakan kuat sebagai *low cost producer*, kalah semua pesaing berada pada posisi yang lebih lemah. Artinya, biaya mereka lebih tinggi daripada perusahaan A. Begitu pula dalam hal ketahanan keunggulan yang dimiliki suatu perusahaan, hal itu dilihat dari reaksi pesaing terhadap keunggulan tersebut.

3. Kecenderungan dalam Empat Arena Persaingan

Prinsip ketiga adalah posisi strategis suatu perusahaan tidak hanya relatif terhadap para pesaing tetapi juga dilihat dalam konteks sejarah interaksi yang dilakukan oleh pesaing. Oleh sebab itu, pesaing harus memproyeksikan kecenderungan jangka panjang untuk memahami ke mana arah persaingan tersebut. Keempat arena persaingan yang diuraikan menyediakan suatu kerangka yang berguna untuk menelusuri interaksi strategis yang dinamis antara pesaing dalam jangka waktu yang panjang dan untuk memahami evolusi industri.

Perubahan Pandangan terhadap Segmentasi Bisnis

Muncul dilema bagaimana caranya agar ada kesesuaian dan konsistensi antara fokus strategi untuk segmen pasar yang berbeda dengan struktur organisasi fungsional. Untuk itu, harus dibentuk suatu kelompok dalam struktur organisasi yang dapat menjembatani antara struktur dan strategi. *Interrelationship* antara satu SBU dengan SBU lainnya, yaitu *shared resources dan shared concerns*. Digunakannya konsep value-added chain untuk mengidentifikasi *shared resources dan shared concerns*. Dalam proses *corporate strategic planning* terdapat tiga level hierarki dari planning sebagai berikut.

- a. *Corporate level*
- b. *Business level*
- c. *Functional level*
- d. *Corporate Strategic Planning Process*
- e. *The Vision of the firm: corporate philosophy, mission of the firm and identification of SBUs and their interactions.*
- f. *Strategic posture and planning guidelines: corporate strategic thrust, corporate*
- g. *performance objectives and planning challenge.*
- h. *The mission of the business: business scope and identification of products market segments.*
- i. *Formulation of business strategy and broad action programs.*
- j. *Formulation of functional strategy.*
- k. *Consolidation of business and functional strategies.*
- l. *Definition and evaluation of specific action program at the business level.*
- m. *Definition and evaluation of specific action program at the functional level.*
- n. *Resources allocation and definition of performance measurements for management control.*
- o. *Budgeting at business level.*
- p. *Budgeting at functional level.*
- q. *Budgeting consolidations and approval of strategic and operational funds.*

KESIMPULAN

Globalisasi ekonomi membawa pengaruh yang sangat pesat. Dalam memasuki abad ke-21, ekonomi dunia sedang menghadapi realitas baru. Struktur dunia mengalami pergeseran yang intensif sejak beberapa tahun yang lalu. Tren tersebut mempengaruhi perkembangan manajemen strategi dengan rincian sebagai berikut.

1. Industri menjadi semakin mengglobal sehingga bersifat dinamis dan *move strategy* pemain global menjadi semakin intensif sehingga kondisi pasar makin ditandai hypercompetition.
2. Tiap keunggulan kompetitif menjadi bersifat sementara sehingga perusahaan dipaksa untuk meningkatkan kemampuan yang tidak bersifat fit dengan eksternal tetapi mentransformasikan terus menerus seluruh aspek manajemen internal agar selalu relevan dengan kondisi persaingan baru.

DAFTAR PUSTAKA

Berman, S. L., Wicks, A. C., Kotha, S., & Jones, T. M. (1999). Does stakeholder orientation matter? The relationship between stakeholder management models and firm financial performance. *Academy of Management Journal*, 42(5), 488–506.

- Budimanta, A., Prasetyo, A., & Rudito, B. (2008). Corporate Social Responsibility: Alternatif Bagi Pembangunan Indonesia. *Jakarta: ICSD*.
- D'Aveni, A., & Robert, G. (1994). Hypercompetition: Managing Dynamic of Strategic Maneuvering. *New York: The Free*.
- Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge university press.
- Hamel, G., & Prahalad, C. K. (1990). The core competence of the corporation. *Harvard Business Review*, 68(3), 79–91.
- Hax, A. C., & Majluf, N. S. (1984). Strategic management: an integrative perspective. In *Strategic management: An integrative perspective* (p. 468).
- Hayek, F. A. (1981). *Kinds of order in society*. Institute for human studies.
- Jawahar, I. M., & McLaughlin, G. L. (2001). Toward a descriptive stakeholder theory: An organizational life cycle approach. *Academy of Management Review*, 26(3), 397–414.

Pengaruh Pengembangan Karir dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan di Pt. Sumber Alfaria Trijaya Kota Jambi

¹Kasful Anwar US, ²Doni Kurniawan

¹⁻²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sulthan Saifuddin Jambi

Article history

Received:04-Mei- 2021

Revised: 12-Juni-2021

Accepted:08-July-2021

*Corresponding Author:

Kasful Anwar,
Doni Kurniawan
Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam,
Universitas Islam Negeri
Sulthan Saifuddin Jambi
Email:

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan apakah variabel pengembangan karir dan motivasi kerja berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan pada PT. Sumber Alfaria Trijaya serta mengetahui variabel manakah yang lebih dominan di antara keduanya. Dari hasil data yang di analisis dengan menggunakan metode kaulitatif dan metode kuantitatif, didapati hasil yang menunjukkan bahwa secara bersama sama atau simultan, kedua faktor yang di teliti ini memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel bebasnya yakni kepuasan kerja karyawan dengan hasil $Y = 9,495 + 0,455 X1 + 0,202 X2 + e$. Kemudian bila di tinjau dari nilai hasil koefisien determinasi di dapati hasil bahwa besarnya kontribusi dua variabel ini terhadap kepuasan kinerja mencapai 59,9% dan sisanya di pengaruhi oleh faktor lain, yang dengan demikian disimpulkan bahwa variabel yang di teliti ini berpengaruh pada kepuasan kerja karyawan

Kata Kunci : Pengembangan Karir, Motivasi Kerja, Kepuasan Kerja Karyawan

PENDAHULUAN

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan sebuah pondasi yang memiliki keterlibatan langsung dalam menjalankan kegiatan organisasi dalam mencapai tujuan yang diharapkan dan ditetapkan. Organisasi yang baik memiliki citra yang baik dan positif di mata Masyarakat dengan tidak mengabaikan aspek pengembangan kualitas sumber daya manusianya. Oleh beba itu pernana sumber daya manusia didalam organisasi sangat di perlukan. Manusa yang hendak melakukan pengembangan karir tentunya harus memiliki motivasi kerja untuk mencapai kepuasan kerja karyawan yang maksimal.

Pengembangan karir menurut Siagian(2007) ialah peribahan pribadi yang dilakukan seseorang untuk mecapai suatu rencana karir, sedangkan menurut Stone dalam Gomes(2007) ia menyatakan bahw pengembangan karir menunjukkan proses dan kegiatan seorang oegawai untuk jabatan dalam organisasi yang akan datang. Pengembangan karir di perusahaan disagka baik berdasarakan pendidian formal, pengalaman kerja, prestasi kerja, keterampilan kerja, produktivitas kerja, penaikan kabatan, peningkatan karir, pelatihan karyawan, jenjang karir, dan perencanaan kerja, motivasi kerja yang baik akan di berikan oleh perusahaan melalui pemberian agji, tunjangan perumahan, tunjangan pensiun, hubungan rekan kerjam hubungan dengan atasam pemberian bonus dan pengahrgaan, promosi jabatan, kebebasan beroendapat serta penilaian serta kritik. Pengembangan karir berpangaruh secara signifikan terhap motivasi kerja di PT. Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart) Kota Jambi.

Motivasi kerja merupakan sebuah daya pendorong atau penggerak yang dimiliki setiap prang untuk melakukan suatu kegiatan agar ia mau berbuat, melakukan sesuatu, bekerja serta beraktifitas untuk menggunakan segenap kemampuan dan potensi yang di milikinya untuk mencapai tujuan yang di kehendakai sebagaimana diteteapkan sebelumnya. Untuk mewujudkan motivasi kerja yang tinggi memrlukan pehrhatian khusus

kepada karyawan guna menghasilkan laba yang fantastis untuk perusahaan. Seperti yang di kemukakan oleh Stephen P. Robbie (2011), motivasi merupakan sebuah lerelaan untuk berusaha seoptimal mungkin dalam mencapai tujuan organisasi yang di pengaruhi oleh kemampuan usaha untuk memuaskan beberapa kebutuhan individu. Para karyawan dalam termotivasi apabila penetapan tujuan perusahaan di dasarkan atas kepentingan dan kebutuhan karyawan. Husman(2002) mengemukakan beberapa factor yang motivasi kerja yang di pengaruhi oleh kepuasan kerja yakni gaji yang baik, pekerjaan yang aman, rekan kerja yang kompak, penghargaan terhadap pekerjaan dan pekerjaan yang berarti. Motivasi merupakan factor pendorong seseorang menimbulkan semangat kerja yang tinggi juga.

Kepuasan kerja mencakup berbagai hal seperti kondisi dan kecenderungan perilaku seseorang, kepuasan ini tidak tampak seerta nyata, tetapi dapat di wujudkan dalam suatu hasil pekerjaan. Salah satu masalah yang sangat penting agar mendorong karyawan untuk bekerja dengan lebih produktif. Hasibuan (2007) berpendapat bahwa kepuasan kerja merupakan sikap emosional yang menyenangkan dan mencintai pekerjaannya. Sikap ini di cerminkan oleh moral kerja, kedisiplinan, prestasi kerja. Kepuasan kerja di nikmati dalam pekerjaan, luar pekerjaan dan kombinasi dari dalam dan luar pekerjaan.

Landasan Teori

a. Pengembangan Karir

Pengembangan karir pada dasarnya ditunjukkan untuk pembangunan organisasi atau perusahaan guna memenuhi tantangan bisnis di masa yang akan datang. Sumber daya manusia yang tidak kompetitif, organisasi akan mengalami kemunduran dan pada akhirnya akan tersingkirkan karena ketidak mampuannya menghadapi pesaing, kondisi seperti itu menurut organisasi harus terencana dalam pengembangan karyawan berkelanjutan. Sebelumnya, definisi pekerjaan itu sendiri perlu di pahami terlebih dahulu. Pengembangan karir merupakan salah satu kondisi terkait peningkatan status seseorang dalam sebuah organisasi dan jalur karir yang telah di tetapkan (Kumalasari, 2015). Sedangkan Hasibuan (2016) menjelaskan bahwa pengembangan karir merupakan perpindahan yang memperbedar tanggung jawab karyawan ke jabatan yang lebih tinggi dalam sebuah organisasi sehingga kewajiban, hak dan status menjadi lebih besar.

b. Motivasi Kerja

Tidak sedikit karyawan dalam organisasi atau perusahaan yang merupakan masyarakat mandiri dengan karakteristik nya masing masing. Suasana psikologis yang terbelah bagian dari hal internal tiap individu dalam organisasi akan menjadi lingkungan kerja yang memiliki pengaruh besar terhadap pelaksanaan pekerjaannya. Motivasi kerja yang mempunyai pengaruh besar terhadap pelaksanaan pekerjaannya. Motivasi karyawan akan sangat di pengaruhi oleh motivasi kerjanya. Pentingnya motivasi ini akan menimbulkan, membimbing dan mendukung perilaku manusia sehingga ada kemauan untuk berkerja keras demi mendapatkan hasil yang terbaik. Pparashakto (2020) mengemukakan bahwa motivasi kerja dapat merangsang timbulnya dan meningkatnya semangat kerja, motivasi kerja di artikan sebagai kondisi yang mempengaruhi, membimbing, dan memelihara perilaku terkait pekerjaan, menurut Mc Cornick (2015) motivasi kerja seorang karyawan dapat tumbuh sendiri atau perlu di motivasi dan di dorong oleh pimpinan, itulah sebabnya seseorang menunjukkan perbedaan menangani situasi tertentu di bandingkan dengan orang lain yang menghadapi.

c. Kepuasan Kerja

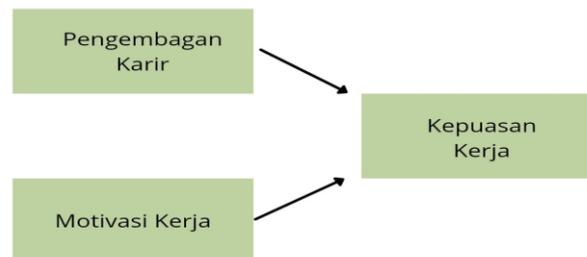
Kepuasan kerja menurut Sunyoto (2012) merupakan cerminan perasaan seseorang terhadap pekerjaannya, hal ini di tampakkan melalui sikap positif yang di berikan oleh karyawan terhadap pekerjaannya dan segala sesuatu yang di hadapi di lingkungan

kerjanya. Kepuasan kerja pada dasarnya merupakan hal yang sama. Menurut sistem nilai yang berlaku pada dirinya, setiap orang akan memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda. Kepuasan kerja merupakan sikap positif yang melibatkan penyesuaian kesehatan karyawan terhadap kondisi dan kondisi kerja, termasuk gaji, sosial, fisik dan psikologis. Kepuasan kerja di terima secara umum ada tiga dimensi, yakni : (1) kepuasan kerja merupakan respon emosional terhadap situasi kerja, sehingga kepuasan kerja dapat di lihat diprediksi. (2) kepuasan kerja biasanya bergantung pada seberapa baik hasil yang di capai memenuhi syarat atau melebihi harapan. (3) kepuasan kerja mewakili beberapa sikap terkait. Kepuasan kerja sangat berperan dalam membentuk kedisiplinan, komitmen dan kinerja karyawan yang kemudian berpengaruh terhadap usaha mencapai tujuan perusahaan, (Mathis, 2011)

Hipotesis

Berdasarkan landasan teori diatas dapat di simpulkan bahwa kepuasan kerja karyawan biasanya dipengaruhi oleh berbagai faktor, dan penelitian ini menfokuskannya terhadap dua faktor variabel yang mempengaruhi kepuasan kerja tersebut, yakni : Pengembangan karir dan motivasi kerja. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat di rumuskan kerangka pemikiran yang dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 1 Design Penelitian



Dan hipotesis yang akan di kaji dalam penelitian ini ialah :

H1 : Diduga pengembangan karir dan motivasi kerja tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan kerja pada PT. Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart) Kota Jambi

H2 : Diduga pengembangan karir dan motivasi kerja berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan kerja pada PT. Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart) Kota Jambi

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah PT. Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart) Kota Jambi, dengan populasi seluruh karyawan yang bekerja di PT. Sumber Alfaria Trijaya, dan sampel karyawan sebanyak 21 karyawan saja yang di pilih secara acak. Metode pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini ialah survei kuisioner

Metode Analisis Data

Penelitian ini di lakukan untuk mengetahui pengaruh pengembangan karir dan motivasi kerja terhadap kepuasan kerja karyawan, maka analisis data ang di gunakan ialah :

a. Metode Kualitatif

Analisis kualitatif merupakan sebuah analisis diman asat ayang diperoleh mengenai obyek penelitian yang merupakan data kualitatif dianalisis berdasarkan perbandingan antar teori dan literatur dengan kenyataan yang di peroleh penulis selama penelitian

b. Metode kuantitatif

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Termasuk : Koefisien Determinasi, Anova (uji F), Uji T, Persamaan Umum Regresi Linier Berganda

HASIL DAN PEMAHASAN

1. Uji Normalitas

Tabel 1 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		<i>Unstandardized Residual</i>
N		21
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.43434175
Most Extreme Differences	Absolute	.138
	Positive	.138
	Negative	-.103
Kolmogorov-Smirnov Z		.631
Asymp. Sig. (2-tailed)		.820
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Pengujian ini di lakukan untuk menguji apakah dalam model regresi cariavel dependen dan indepen memiliki distribusi normal data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian ini adalah daya yang memiliki distribusi normal. Jika nikai Asymp.Sig (2-tailed) lebih besar dari 0,1 maka dapat di simpulkan bahawa data berdistribusi secara normal.

2. Uji Multikolonieritas

Tabel 2 Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a		
		Collinearity Statistics
Model		Tolerance
1	(Constant)	VIF

Pengembangan Karir (X1)	.533	1.876
Motivasi Kerja (X2)	.533	1.876
a. Dependent Variable: Perilaku Etis Karyawan (Y)		

Hasil uji multikolonoeritas dari masing masing variabel independent menunjukkan hasil nilai CIF tidak lebih dari 10, yang dengan begitu bial di tinjau dari nilai Tolerance memiliki nilai yang tidak kurang dari 0,1. Dapat di pastikan bahwamasing masing variabel independent terbebada dari multikolonieritas dalam model regresi.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3 Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	9.495	4.753	
Pengembangan Karir (X1)	.455	.175	.531
Motivasi Kerja (X2)	.202	.134	.307
a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja (Y)			

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda maka model persamaan antara variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebagai berikut:

$$Y = 9,495 + 0,455 X1 + 0,202 X2 + e$$

4. Uji T

Tabel 4 Uji T

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.495	4.753		1.997	.061
Pengembangan Karir (X1)	.455	.175	.531	2.598	.018
Motivasi Kerja (X2)	.202	.134	.307	1.505	.150
a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja (Y)					

Cara pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel pada taraf signifikansi dalam penelitian yaitu 0,05.. Jika nila t hitung < t tabel maka hal ini berarti pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat tidak signifikan secara statistik. Namun jika nilai t hitung > t tabel maka hal ini berarti pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat signifikan secara statistik. Nilai t tabel untuk derajat bebas 21-3=18 dan taraf signifikansi 0,05 adalah 2,1199.

5. Uji F

Tabel 5 Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	177.289	2	88.645	13.463	.000 ^a
	Residual	118.520	18	6.584		

Total	295.810	20
a. Predictors: (Constant), Motivasi Kerja (X2), Pengembangan Karir (X1)		
b. Dependent Variable: Kepuasan Kerja (Y)		

Cara pengambilan keputusan terhadap hipotesis dapat dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel pada taraf signifikansi penelitian yaitu 0,05. Jika nilai F hitung < F tabel maka hal ini berarti pengaruh antara variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikat tidak signifikan secara statistik. Namun jika nilai F hitung > F tabel maka hal ini berarti pengaruh antara variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikat signifikan secara statistik. Nilai F tabel untuk jumlah responden 21 orang dan variabel sebanyak 3 pada taraf signifikansi 0,05 adalah 3,55.

Berdasarkan Tabel, nilai F hitung adalah 13,463. Karena nilai F hitung lebih besar dari F tabel, maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat secara statistik.

6. Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 6 Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.774 ^a	.599	.555	2.56602

a. Predictors: (Constant), Motivasi Kerja (X2), Pengembangan Karir (X1)
b. Dependent Variable: Kepuasan Kerja (Y)

Berdasarkan Tabel, nilai koefisien determinasi R^2 terletak pada kolom *R-Square*. Diketahui nilai koefisien determinasi sebesar $R^2 = 0,599$. Nilai tersebut berarti Pengembangan Karir dan Motivasi Kerja mempengaruhi secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel Kepuasan Kerja Karyawan sebesar 59,9%, sisanya sebesar 40,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat di Tarik dari penelitian ini ialah diketahui bahwa pengembangan karir memiliki pengaruh baik terhadap tingkat kepuasan kerja karyawan yang memang berbeda beda setiap individu.

DAFTAR PUSTAKA

- Evan Nalendra (2008). *Pengaruh Kompensasi Dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Karya Sejati Vidyatama*. Jurnal Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata.
- Handoko (2005). *Manajemen Personalialia dan Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Cita Pustaka Media Perintis
- Husaini Usman (2009). *Manajemen Teori, Praktik, Dan Riset Pendidikan*. Edisi 3. Jakarta Timur : PT. Bumi Aksara
- Kadarisman (2013). *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*, Edisi 1. Jakarta : Rajawali Pers

Lamsiska Rosalina (2016). Pengaruh Pengembangan Karir dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Verena Multi Finance Tbk Cabang Pekanbaru. Pekanbaru. FISIP Universitas Riau

Malayu S.P. Hasibuan (2011). *Manajemen Dasar, Pengertian, Dan Masalah*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Bumi Aksara

Puji Isyanto (2013). *Pengaruh Pengembangan Karir Terhadap Motivasi Karyawan Pada PT. Excel Utama Indonesia Karawang*. Jurnal Jurusan Manajemen Vol. 10 No. 3

Raymond A. Noe (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia Mencapai Keunggulan Bersaing. Cetakan Kedua*. Jakarta : Selemba Empat

Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Usaha Wedding Organizer (WO)

¹Kasful Anwar US, ²Andi Mussawif Alfatah

¹⁻²Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sulthan Saifuddin Jambi

Article history

Received:04-Mei- 2021

Revised: 12-Juni-2021

Accepted:08-July-2021

*Corresponding Author:

Kasfur Anwar Us

Andi Mussawif Alfatah

Program Studi Ekonomi

Syariah

Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Islam,

Universitas Islam Negeri

Sulthan Saifuddin Jambi

Email:

Andimusawif2019@gmail.com

www.andimusawif2019@gmail.com

Abstrak: Pandemi virus corona bukan hanya sekedar bencana kesehatan, virus yang dikenal sebagai covid-19 ini telah menimbulkan kekacauan di sektor ekonomi. Tidak hanya industri besar, pandemi virus Corona telah membuat pelaku UMKM di Indonesia mulai gelisah. Salah satu cara ampuh menekan penyebaran virus Corona ini adalah dengan *social distancing* atau menjaga jaga jarak. Anjuran-anjuran agar orang-orang tak berkerumun dan berdiam diri di rumah saja sudah sangat masif, baik yang dilakukan oleh lembaga resmi atau para relawan dan media. Pemerintah akan mengerahkan aparat untuk menegur siapa saja yang masih bertekad menggelar acara yang mengundang keramaian. Kondisi tersebut, membuat sebagian orang kehilangan penghasilan sebab mereka mendapatkan uang dari pengumpulan massa. Salah satunya yang terkena imbasnya adalah pebisnis jasa penyelenggaraan acara pernikahan atau *wedding organizer* (WO)

Kata Kunci : Covid-19, UMKM, *Social Distancing*, *Wedding Organizer*

PENDAHULUAN

Virus corona bukan hanya sekedar bencana kesehatan, virus yang dikenal sebagai covid-19 ini telah menimbulkan kekacauan di sektor ekonomi. Tidak hanya industri besar, pandemi virus Corona telah membuat pelaku UMKM di Indonesia mulai gelisah. Salah satu cara ampuh menekan penyebaran virus Corona ini adalah dengan *social distancing* atau mudahnya menjaga jaga jarak. Anjuran-anjuran agar orang-orang tak berkerumun dan berdiam diri di rumah saja sudah sangat masif, baik yang dilakukan oleh lembaga resmi atau para relawan dan media.

Pemerintah akan mengerahkan aparat untuk menegur siapa saja yang masih nekat menggelar acara yang mengundang keramaian. Kondisi tersebut, membuat sebagian orang kehilangan penghasilan sebab mereka mendapatkan uang dari pengumpulan massa. Salah satunya yang terkena imbasnya adalah pebisnis jasa penyelenggaraan acara pernikahan atau biasa disebut *wedding organizer* (WO).

Mikro Kecil dan Menengah atau UMKM merupakan bisnis yang juga memerlukan pengelolaan keuangan yang baik. Setiap bisnis akan membutuhkan pengelolaan keuangan yang tepat agar bisnis tetap bisa berjalan dengan lancar. Pengelolaan keuangan usaha penting untuk diterapkan pemilik UMKM. Menurut Ediraras (2010) bisnis UMKM yang keuangannya dikelola dan diinformasikan secara transparan dan akurat akan memberikan dampak positif terhadap bisnis UMKM itu sendiri. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, dalam menjalankan usahanya UMKM Puspa Tenda tidak luput dari adanya masalah-masalah eksternal baik dampak dari

pemasalahan Covid-19 dan masalah yang bersifat internal yang menyebabkan penurunan omset dari usaha yang dilaksanakan oleh UMKMI Puspa Tenda.

Beberapa faktor yang ditemukan terkait permasalahan yang dihadapi oleh usaha UMKM Puspa Tenda terkait manajemen keuangan adalah tidak adanya pencatatan keuangan secara berkala sehingga pendapatan masuk dan keluar tidak tercatat dengan baik, hal lain yang juga menjadi masalah adalah tidak adanya pencatatan petty cash (kas kecil) sehingga seringkali operasional harian usaha harus mengambil dari dana pribadi pemilik usaha. Sementara masalah terkait motivasi karyawan yang ada didalam UMKMI Puspa Tenda antara lain, menurunnya semangat kerja karyawan karena adanya himbuan pelarangan berkerumun untuk acara pernikahan dan pesta, masalah berikutnya adalah hasil kerja yang masih kurang optimal, dan masalah lain juga kerap timbul adalah karyawan berkerja tidak sesuai dengan prosedur pekerjaan yang telah ditetapkan oleh pemilik usaha.

PEMBAHASAN

Covid-19

Akhir tahun 2019 dunia dihebohkan dengan penyebaran wabah coronavirus yang berasal dari Provinsi Hubei, Cina. Pada 30 Januari 2020, World Health Organization (WHO) menyatakan virus ini menjadi wabah darurat yang harus menjadi perhatian secara internasional. Maret 2020, WHO mengategorikan wabah ini sebagai pandemi untuk menekankan gawat dan berbahayanya situasi ini dan mendesak semua negara untuk mengambil tindakan preventif pencegahan penyebaran virus covid-19.¹² Mengenai gejala pada orang yang tertular virus covid-19 dibagi menjadi dua yakni gejala ringan dan gejala berat.

Gejala ringan menyerang pada sistem pernapasan dengan tanda-tanda penderita mengalami kenaikan suhu badan, batuk, pilek, sakit tenggorokan, sesak napas, letih dan lesu, sedangkan gejala yang lebih parah bisa mengakibatkan pneumonia, sindrom pernapasan akut, sampai dengan kematian. Ahli virologi dari Cina menyatakan bahwa Covid-19 dikategorikan sebagai virus corona jenis baru dan tidak sama dengan virus SARS. Masa tunggu untuk melihat reaksi virus ini sekitar 7-14 hari. Penyebaran virus Covid-19 juga terjadi lewat udara dan kontak langsung dengan penderita.¹³

Negara-negara di dunia berupaya menerapkan berbagai intervensi non-farmasi untuk mengurangi penularan covid-19. Mulai dari tindakan pencegahan pribadi yaitu memelihara kebersihan tangan dengan mencuci tangan sesering mungkin dan menggunakan *hand sanitizer*, etika bersin dan batuk, menggunakan masker, dan disinfeksi lingkungan. Strategi pengurangan transmisi dimasyarakat berupa, social dan physical distancing, melakukan semua kegiatan dari rumah, penutupan sementara pada sekolah, hotel, pusat perbelanjaan, perkantoran, dan tempat umum lainnya, larangan pertemuan yang mengumpulkan banyak orang, pembatasan perjalanan dengan pemeriksaan ketat setiap kendaraan keluar/masuk di semua daerah, identifikasi dan isolasi bagi yang tertular (dengan melakukan karantina kesehatan),

Kebijakan Pemerintah Indonesia Terkait Pandemi Covid-19

Di Indonesia virus covid 19, pertama kali terdeteksi pada 2 Maret 2020 dan diumumkan langsung oleh Presiden Joko Widodo. Jumlah kasus penularan virus ini semakin bertambah dari hari kehari, peningkatan secara signifikan dengan rata-rata 100 - 200 kasus perhari. Angka kasus covid 19 di Indonesia ,dinyatakan dari berbagai sumber baik dalam maupun luar negeri, diprediksi akan mencapai puluhan bahkan ratusan ribu.¹⁵ Hingga November 2020, belum tersedia vaksin untuk mengobati virus covid-19 ini.

Untuk penanganan penyebaran virus ini yang semakin masif, pemerintah dituntut untuk bertindak cepat dengan menentukan beberapa strategi dan kebijakan sebagai ikhtiar untuk memutus mata rantai covid-19.

Pada tahapan ini, dapat di golongkan menjadi tiga tahap langkah yang diambil oleh pemerintah Indonesia. Pertama, tahap pencegahan, tahapan ini dilakukan antara lain dengan membuat pedoman pencegahan pengendalian coronavirus disease (covid-19) yang diterbitkan oleh Kementerian Kesehatan merujuk pada UU Keekarantinaan Kesehatan dan UU Wabah Penyakit Menular, 16 pembentukan Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19, larangan untuk mengekspor antiseptik, bahan baku masker, alat pelindung diri, dan masker, larangan sementara kunjungan orang asing untuk masuk wilayah Indonesia, pembatasan sosial berskala besar dalam rangka percepatan penanganan Covid-19.¹⁷

OkKedua, tahap deteksi, dilakukan dengan system pengawasan epidemiologi secara rutin dan periodik. Pada tahapan ini, pemerintah Indonesia melakukan pemasangan termoscanner di 135 pintu keluar masuk negara dan melakukan pemantauan pada WNI yang dipulangkan dari China. Ketiga, tahap respon, tahap ini dilakukan setelah terdeteksinya pasien positif covid-19 di Indonesia.¹⁸ Ditahap ini, Kementerian Kesehatan Republik Indonesia telah menetapkan sedikitnya 100 rumah sakit rujukan pasien covid-19.

Dampak COVID 19 terhadap Usaha wedding organizer (WO)

Pandemi virus corona bukan hanya sekedar bencana kesehatan, virus yang dikenal sebagai covid-19 ini telah menimbulkan kekacauan di sektor ekonomi. Tidak hanya industri besar, pandemi virus Corona telah membuat pelaku UMKM di Indonesia mulai gelisah. Salah satu cara ampuh menekan penyebaran virus Corona ini adalah *social distancing* atau mudahnya jaga jarak. Anjuran-anjuran agar orang-orang tak berkerumun dan di rumah saja sudah sangat masif, baik yang dilakukan oleh lembaga resmi atau para relawan dan media.

Pemerintah akan mengerahkan aparat untuk menegur siapa saja yang masih nekat menggelar acara yang mengundang keramaian. Kondisi tersebut, membuat sebagian orang kehilangan penghasilan sebab mereka mendapatkan uang dari pengumpulan massa. Salah satunya yang terkena imbasnya adalah pebisnis jasa penyelenggaraan acara pernikahan atau biasa disebut *wedding organizer* (WO).

Dampak yang pertama

Ketika pandemi Covid-19 masuk, dampak pertama yang dialami WO adalah banyaknya pembatalan kontrak kerjasama yang telah dilakukan. Hal ini meliputi, katering, dekorasi, dan lain-lain. “Bahkan yang banyak dilakukan teman saya sesama WO agar tetap bertahan adalah menjual aset yang dimilikinya. Bagaimana tidak, adanya Covid-19 ini membuat para WO kehilangan income”.

“Hal yang paling berpengaruh untuk WO agar tetap survive saat adanya pandemi ini adalah keikutsertaan dalam asosiasi WO Indonesia. Dari sana kita diberi buku panduan yang resmi untuk menyelenggarakan pernikahan. Acara akan dibuat seaman mungkin dan melindungi pihak keluarga, tamu, dan WO itu sendiri”

Di era pandemi ini WO juga harus inovatif. Seperti menjadikan acara dalam satu paket, yaitu hari akad nikah dan resepsi menjadi satu agar tidak menimbulkan banyak pertemuan. Memberi batasan tamu tidak lebih dari 50 orang dan memberikan batasan waktu acara. Tidak sedikit juga yang melakukan resepsi dengan live streaming.

Dampak yang kedua

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau UMKM merupakan bisnis yang juga memerlukan pengelolaan keuangan yang baik. Setiap bisnis akan membutuhkan

pengelolaan keuangan yang tepat agar bisnis tetap bisa berjalan dengan lancar.

Pengelolaan keuangan usaha penting untuk diterapkan pemilik UMKM. Menurut Ediraras (2010) bisnis UMKM yang keuangannya dikelola dan diinformasikan secara transparan dan akurat akan memberikan dampak positif terhadap bisnis UMKM itu sendiri. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, dalam menjalankan usahanya UMKM Puspa Tenda tidak luput dari adanya masalah-masalah eksternal baik dampak dari permasalahan Covid-19 dan masalah yang bersifat internal yang menyebabkan penurunan omset dari usaha yang dilaksanakan oleh UMKM Puspa Tenda. Beberapa faktor yang ditemukan terkait permasalahan yang dihadapi oleh usaha UMKM Puspa Tenda terkait manajemen keuangan adalah tidak adanya pencatatan keuangan secara berkala sehingga pendapatan masuk dan keluar tidak tercatat dengan baik, hal lain yang juga menjadi masalah adalah tidak adanya pencatatan *patty cash* (kas kecil) sehingga seringkali operasional harian usaha harus mengambil dari dana pribadi pemilik usaha.

Sementara masalah terkait motivasi karyawan yang ada didalam UMKM Puspa Tenda antara lain, menurunnya semangat kerja karyawan karena adanya himbauan pelarangan berkerumun untuk acara pernikahan dan pesta, masalah berikutnya adalah hasil kerja yang masih kurang optimal, dan masalah lain juga kerap timbul adalah karyawan berkerja tidak sesuai dengan prosedur pekerjaan yang telah ditetapkan oleh pemilik usaha

KESIMPULAN

Covid-19 menjadi wabah yang menular di tahun 2020 dan penyebarannya sangat masif. Terlebih lagi, vaksin dan obat untuk covid-19 belum ditemukan oleh para ilmuwan. Oleh sebab itu, masyarakat dunia perlu mengantisipasi dengan mematuhi anjuran pencegahan covid-19 dari pemerintah setempat. Pengantisipasi penyebaran covid-19 dengan memakai masker, rutin untuk mencuci tangan terutama ketika dari luar atau di luar ruangan, menjaga jarak ketika di luar rumah, dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

Untuk mendukung kebijakan pemerintah dalam memutus mata rantai penyebaran Covid-19, salah satu kebijakan Kementerian Agama di bawah Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam mengeluarkan surat edaran untuk membatasi pernikahan ditengah pandemi covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

Dumilah, R., Sunarto, A., Solihin, D., & Maulida, H. (2020). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Promosi Usaha Atau Bisnis Bagi Siswa. *DEDIKASI PKM*, 1(1), 26–33.

Ediraras, Dharma. (2010). Akuntansi dan Kinerja UMKM. *Jurnal Ekonomi Bisnis* Nomor 2, Volume 15.

Edy, Sutrisno. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Cetakan ke-9). Jakarta, Kencana.

Eugene F. Brigham and Joel F. Houston, (2012). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan* (Terjemahan). Jakarta; Salemba Empat.

Suni, Nur Sholikhah Putri. KESIAPSIAGAAN INDONESIA MENGHADAPI POTENSI PENYEBARAN CORONA VIRUS DISEASE, 2020.

Syafrida, dan Ralang Hartati. "Bersama Melawan Virus Covid 19 di Indonesia." Salam Vol.7 No.6, no. Mei 2020 (2020): 496.

Velavan, Thirumalaisamy P, dan Christian G Meyer. "The COVID-19 epidemic." Tropical Medicine and International Health Vol.25 No, no. March 2020 (2020): 278.

Muchamad Coirun Nizar. "Literatur Kajian Maqashid Syari'ah." Ulul Albab: Jurnal Studi Islam 35, no. August (2016): 59–60.

POLRI, SRIMPIM. Kumpulan Peraturan dan Pedoman Penanganan Virus Corona Disease (COVID19),

Presiden Republik Indonesia. "Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Coronavirus Disease 2019/COVID-19" 2020, no. 022868 (2020): 8.

Ansori, Mohammad Hasan. Wabah COVID-19 dan Kelas Sosial di Indonesia, 2020.

Penerapan Activity Based Costing System Dalam Menentukan Harga Pokok Jasa Pemasangan GPS pada PT SLI

¹Beta Nur Hidayah, ²Nanik Kustiningsih

¹⁻²Jurusan Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika

Article history

Received: 08-05-2021

Revised: 24-06-2021

Accepted: 03-07-2021

*Corresponding Author:

Beta Nur Hidayah

Nanik Kustiningsih

Jurusan Akuntansi

Sekolah Tinggi Ilmu

Ekonomi Mahardhika

Email:

betanurhidayah99@gmail.com

Abstrak: Meningkatnya persaingan yang terjadi pada industri jasa Global Positioning System (GPS) mengharuskan PT SLI untuk membuat strategi baru dalam memenangkan persaingan yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan menekan harga jual. Semakin rendah harga jual maka tingkat penjualan jasa akan semakin tinggi. Metode *activity based costing system* (ABC) dinilai sangat efektif dan akurat dalam menentukan harga pokok produksi karena pembebanan biayanya berdasarkan aktivitas dan perilaku aktivitas yang terjadi. Tujuan penelitian ini adalah untuk membandingkan harga pokok jasa yang dihitung menggunakan metode *activity based costing system* dengan metode akuntansi biaya tradisional yang diterapkan pada PT SLI. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif komparatif dengan objek PT SLI dan subjek semua paket gps yang ada di PT SLI yaitu W, E dan G. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder dengan dua teknik pengumpulan data yaitu penelitian lapangan (*field research*) dan penelitian kepustakaan (*library research*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya selisih lebih rendah harga pokok jasa pemasangan gps yang dihitung dengan metode *activity based costing system* daripada metode yang diterapkan oleh PT SLI. PT SLI sebaiknya mempertimbangkan metode *activity based costing system* dalam menentukan harga pokok jasa untuk pengambilan keputusan dimasa yang akan datang

Kata Kunci : *Activity Based Costing System*, Akuntansi Biaya Tradisional, Harga Pokok Produksi

PENDAHULUAN

Perusahaan *Global Positioning System* (GPS) merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang penyedia jasa *tracking system* yang dipasang pada berbagai kendaraan seperti alat-alat berat, truk, bis, mobil dan motor. Meningkatnya jumlah perusahaan pada industri ini menimbulkan persaingan yang ketat antar perusahaan gps, sehingga manajemen perusahaan dituntut untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi dalam mengelola perusahaan tersebut dengan baik dan memiliki daya saing yang tinggi. Untuk mencapai keberhasilan dalam persaingan, perusahaan pada industri ini harus meningkatkan kualitas pelayanan dan harga. Kualitas jasa atau kualitas pelayanan merupakan sebuah kondisi dinamis yang realisasinya dengan sebuah produk, jasa, sumber daya manusia, proses serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono dan Chandra, 2016). Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan atau calon pelanggan akan tertarik dengan produk yang kita tawarkan apabila kualitas dalam pelayanan kita memenuhi atau melebihi ekspektasi mereka, sehingga mereka merasa puas. Durasi pemasangan gps yang singkat, alat gps yang kuat, kecepatan tanggapan dalam menangani gps yang bermasalah merupakan contoh kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan gps kepada pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, harga merupakan faktor yang berpengaruh dalam

menentukan daya tarik pelanggan atau calon pelanggan. Harga merupakan jumlah nominal yang harus dibayarkan para konsumen untuk jasa yang telah mereka gunakan kepada penyedia jasa tersebut. Apabila terdapat dua penyedia jasa yang memiliki kualitas pelayanan yang sama namun dengan harga yang berbeda maka para konsumen akan lebih memilih penyedia jasa yang harganya lebih rendah. Harga merupakan faktor utama yang mempengaruhi pilihan pembeli karena harga cukup berperan dalam menentukan keputusan pembelian. Harga akan mempengaruhi keputusan pembelian apabila harga pada produk tersebut seduai dengan kualitas dan manfaatnya serta masih dianggap terjangkau oleh konsumen (Akbar dalam Hidayat, 2018). Untuk itu manajemen perusahaan gps ini harus memberikan kualitas layanan yang memuaskan namun dengan harga yang terjangkau, sehingga perlu adanya strategi-strategi untuk menang dalam persaingan ini, salah satunya adalah dengan menekan harga jual produk. Dalam menetapkan harga jual suatu produk terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi yaitu faktor yang berkaitan dengan laba yang diharapkan, faktor yang berkaitan dengan produk atau penjualan produk dan faktor yang berkaitan dengan biaya (Mulyadi dalam Narko, 2016). Salah satunya ialah harga pokok produksi, Harga pokok produksi sangat berpengaruh dalam menentukan besarnya harga jual produk. Harga pokok produksi merupakan segala biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang atau jasa dalam periode yang bersangkutan, atau dengan kata lain, harga pokok produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang jadi yang siap jual (Mulyadi, 2015). Dengan diperkuat pernyataan oleh Kindangen dkk. (2018) bahwa harga pokok produksi merupakan biaya-biaya yang digunakan dalam menghasilkan barang atau jasa pada proses produksi. Harga pokok produksi mempunyai manfaat yang sangat besar sehingga perhitungan harga pokok produksi harus akurat. Penetapan biaya yang dianggap tepat akan menghasilkan harga pokok yang akurat. Biaya adalah penurunan manfaat ekonomi pada periode akuntansi tertentu yang berupa arus keluar aset atau kewajiban yang menyebabkan penurunan suatu ekuitas yang tidak menyertakan pembagian investor (Kustiningsih N. dkk., 2017). Sehingga perusahaan diharapkan serius dalam menentukan harga pokok produk. Semakin rendahnya harga dengan kualitas pelayanan yang dianggap memuaskan konsumen, maka semakin tinggi pula tingkat penjualan pada perusahaan jasa ini.

Sebagai komponen biaya produk, sistem akuntansi biaya tradisional digunakan untuk menghitung harga pokok produksi (Mulyadi dalam Kustiningsih N. dkk., 2017). Sistem akuntansi biaya tradisional hanya menyajikan data rinci mengenai biaya produksi atau biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi. Metode tradisional yang digunakan perusahaan dalam menentukan harga pokok dianggap kurang akurat karena sistem akuntansi biaya tradisional dalam pembebanan biaya menggunakan pembebanan biaya menyeluruh atau per departemen. Hal tersebut menimbulkan *under costing* atau *over costing* pada produk karena tidak menggambarkan biaya yang sesungguhnya terjadi sehingga hal ini berdampak pada laba yang akan didapat perusahaan. Selain itu, terjadinya distorsi biaya akan berpengaruh dalam pengambilan keputusan, perencanaan mendatang dan pengendalian perusahaan.

Berbeda dengan sistem akuntansi biaya tradisional, metode *activity based costing system* atau yang biasa disebut dengan metode ABC merupakan suatu sistem dalam penentuan biaya yang berbasis aktivitas, sehingga dilihat secara umum metode *activity based costing system* menggunakan dua tahap dalam pendekatan yang hampir sama namun lebih umum daripada sistem biaya tradisional (Kustiningsih N. dkk., 2017). Metode *activity based costing system* dianggap lebih aktif dalam penentuan harga pokok gps karena pembebanan biaya berdasarkan aktivitas pada PT SLI dan mengelompokkan biaya berdasarkan perilaku yang timbul dari aktivitas dalam menentukan harga jasa pemasangan gps. Dapat dilihat bahwa metode *activity based costing system* memberikan informasi

mengenai perhitungan biaya yang lebih baik serta harga pokok produk secara akurat untuk kepentingan manajemen perusahaan, yaitu dapat mengalokasikan biaya berdasarkan aktivitas-aktivitas yang dilakukan. Sehingga diharapkan sistem ini dapat memberikan kemudahan manajemen perusahaan untuk mengelola perusahaan dalam memperoleh pemahaman yang lebih baik terhadap keunggulan, kekuatan dan kelemahan perusahaan serta membuat keputusan yang lebih baik dengan pengukuran yang lebih akurat. *Activity based costing system* merupakan solusi yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh informasi akuntansi yang relevan dalam variasi kondisi, menurut harapan sistem ini dapat diterapkan pada PT SLI dengan kesesuaian kebijakan manajemen perusahaan. Oleh karena itu, penulis ingin meneliti apakah terdapat perbedaan dari hasil perhitungan harga pokok jasa pemasangan gps menggunakan metode akuntansi biaya tradisional pada PT SLI dengan metode *Activity Based Costing System*

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif komparatif untuk mendapatkan hasil penelitian yang akan dianalisis. Penelitian deskriptif komparatif merupakan penelitian yang akan membandingkan tarif jasa pemasangan gps sebelum dan sesudah menggunakan metode *activity based costing system*. Objek dalam penelitian ini adalah PT SLI yaitu perusahaan penyedia jasa pemasangan gps dengan subjek yang diteliti adalah macam-macam paket pemasangan gps pada PT SLI meliputi paket w, paket e dan paket g. Dalam pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik sampel purposive yaitu salah satu teknik dalam penentuan sampel atas peninjauan tertentu (Sugiyono, 2017). Pada penelitian ini sampel diambil atas perbedaan menurut alat gpsnya yaitu w, e dan g.

Data primer dan data sekunder merupakan sumber data yang digunakan pada penelitian ini. Data primer merupakan data yang didapatkan melalui pengamatan secara langsung pada PT SLI, sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dari PT SLI dalam mengumpulkan data-data yang berkaitan. Dengan dua teknik pengumpulan data yaitu penelitian lapangan (*field research*) dan penelitian kepustakaan (*library research*). Pada penelitian lapangan (*field research*) peneliti mendapatkan data dengan teknik wawancara yaitu proses untuk memperoleh informasi dalam mengumpulkan data dari pihak perusahaan yang diwawancarai. Peneliti memberikan beberapa pertanyaan kepada pihak pimpinan dan beberapa staf perusahaan untuk mendapatkan informasi yang terkait dengan media teleconference zoom akibat adanya pandemi covid-19, selain dengan teknik wawancara juga dilakukan dengan teknik dokumentasi yaitu peneliti mengambil serta mengumpulkan informasi penting dari perusahaan yang terkait dalam penelitian seperti biaya yang dikeluarkan oleh PT SLI, jumlah stok persediaan gps, jumlah gps yang terjual dan sebagainya yang dikirimkan melalui email. Sedangkan penelitian kepustakaan (*library research*) merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara menelaah buku, literatur catatan serta berbagai laporan yang berkaitan.

Metode analisis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu analisis data dengan menggambarkan data yang terkumpul berdasarkan penilaian objektif untuk diuraikan

PEMBAHASAN

Menurut Simamora dalam Pulungan Z.R., (2017) dalam prosedur pembebanan biaya overhead dengan menggunakan *activity based costing system* ada dua tahap kegiatan. Pada tahap pertama ini dilakukan pembebanan biaya overhead terhadap aktivitas-aktivitas melalui lima tahap yaitu pengidentifikasian aktivitas-aktivitas; penentuan biaya terkait masing-masing aktivitas; pengelompokkan aktivitas yang diidentifikasi dalam empat kelompok yaitu unit level activities, batch level activities, product sustaining activities dan

facility sustaining activities; penggabungan biaya dari aktivitas yang telah dikelompokkan dan perhitungan tarif pada tiap kelompok (*homogen cost pool rate*). Sedangkan pada tahap kedua yaitu pembebanan biaya aktivitas pada produk. Apabila tarif tiap kelompok aktivitas telah diketahui dan selanjutnya perhitungan biaya overhead yang dibebankan pada produk dengan rumus: perhitungan tarif kelompok x jumlah konsumsi tiap produk.

Cost Driver adalah faktor yang dapat menggambarkan berapa besar penggunaan biaya-biaya overhead. Penentuan cost driver sangat dibutuhkan untuk perusahaan jasa, sebab mempunyai diversifikasi produk yang tinggi. Penentuan pada jumlah cost driver yang diperlukan didasarkan pada keakuratan laporan biaya produk yang diinginkan serta kompleksitas komposisi output perusahaan. Semakin banyak cost driver yang digunakan semakin tinggi juga tingkat akurat laporan biaya atau semakin tinggi tingkat keakuratan maka semakin banyak pula *cost driver* yang dibutuhkan (Cooper dan Kaplan dalam Pulungan Z. R., 2017). Hal terpenting dalam *activity based costing system* adalah mengidentifikasi cost driver, faktor penting dalam memilih cost driver yang tepat yaitu *degree of correlation, cost measurement, behavioural effects* dan *cost pool*. *Cost pool* merupakan aktivitas tunggal atau kelompok yang biayanya diakumulasikan dan mendistribusikan biaya tersebut pada produk. Dalam perhitungan pool rate (tarif pool) dapat menggunakan rumus jumlah biaya cost pool dibagi kapasitas *activity driver*.

Activity Based Costing System menjadikan aktivitas sebagai pusat kegiatan, data mengenai aktivitas tersebut dicatat, diukur serta disediakan dalam shared database pada sistem ini. Aktivitas-aktivitas tersebut dapat ditemukan di perusahaan jasa, dagang, manufaktur, organisasi-organisasi sektor publik atau nirlaba, sehingga sistem ini dapat digunakan oleh berbagai jenis organisasi tersebut (Badira, 2017). Dalam sistem ini tidak hanya terfokus pada perhitungan harga pokok produk, namun juga mencakup perspektif yang lebih luas lagi, seperti mengurangi biaya melalui pengelolaan aktivitas. Dalam penerapan sistem *Activity based costing* pada perusahaan jasa, ada tiga hal yang perlu diperhatikan. Pertama, identifikasi dan perhitungan biaya yaitu melakukan identifikasi dan menghitung dengan memberikan harga pada setiap aktivitas yang dilakukan sehingga dapat memberikan kesempatan dalam pengoprasian agar lebih efisien. Kedua, permasalahan khusus yaitu permasalahan serupa yang terjadi antar perusahaan seperti perusahaan manufaktur dengan perusahaan jasa, yaitu sulitnya pengalokasian biaya pada aktivitas-aktivitas yang dilakukan. Selain itu, jasa tidak dapat dimasukkan pada persediaan seperti perusahaan manufaktur, karena kapasitas yang tersedia namun tidak dapat digunakan untuk memunculkan biaya yang tidak dapat dihindari. Ketiga, keragaman output yaitu kesulitan yang muncul pada perusahaan jasa adalah pengidentifikasian output yang ada, perbedaan yang ada dalam perusahaan jasa adalah aktivitas-aktivitas pendukung pada hal yang berbeda yang sulit untuk ditentukan.

Berdasarkan data yang peneliti peroleh dari PT SLI sehubungan dengan perhitungan harga pokok pemasangan gps dan penentuan harga jual jasa pemasangan gps. Dalam membandingkan *activity based costing system*, peneliti mengambil data-data yang dibutuhkan dalam penentuan harga jual jasa pemasangan gps, yaitu antara lain biaya pemasangan gps dan pendukung, jumlah stok alat gps, jumlah penjualan pemasangan gps dan harga jasa pemasangan gps pada bulan januari, februari dan maret 2021.

Tabel 1 Jumlah Stok Tersedia dan Terjual Jan-Mar 2021

Paket	Januari		Februari		Maret	
	Tersedia	Terjual	Tersedia	Terjual	Tersedia	Terjual
W	20	17	20	15	40	37
E	20	15	20	18	25	22
G	20	14	20	14	25	21

Jumlah	60	46	60	47	90	80
--------	----	----	----	----	----	----

Sumber: data diolah

Tabel 2 Pendapatan Jasa Pemasangan GPS Jan-Mar 2021

Paket	Unit Terjual	Harga Jual (Rp)	Pendapatan Jasa (Rp)
W	69	750.000	51.750.000
E	55	900.000	49.500.000
G	49	1.250.000	61.250.000
Jumlah			162.500.000

Sumber: data diolah

Tabel 1 menjelaskan bahwa jumlah stok paket w yang tersedia 80 unit dan yang terjual sebesar 69 unit. Jumlah paket e yang tersedia sebesar 65 unit dengan jumlah terjual 55 unit, sedangkan untuk paket g yang tersedia juga sebesar 65 unit dengan jumlah terjual 49 unit. Pada tabel 1 juga dapat dilihat bahwa terjadinya kenaikan jumlah penjualan, hal tersebut dikarenakan pada bulan maret banyak rental mobil atau sepeda motor yang mempersiapkan unit mereka untuk dipasang gps mengingat sudah mendekati ramadhan dan idul fitri.

Tabel 2 menjelaskan bahwa pendapatan yang diterima selama bulan Januari hingga Maret 2021 untuk paket w sebesar Rp 51.750.000, paket e sebesar Rp 49.500.000 sedangkan untuk paket g sebesar Rp 61.250.000 dengan total pendapatan selama tiga bulan sebesar Rp 162.500.000.

Perhitungan Harga Pokok Jasa Pemasangan GPS Menggunakan Metode *Activity Based Costing System*

Dalam menentukan harga pokok jasa pemasangan gps menggunakan *activity based costing system* perlu melalui langkah-langkah yang harus dilakukan. Langkah pertama ialah pengidentifikasian biaya dan aktivitas yang dilakukan. Biaya-biaya yang diidentifikasi adalah biaya langsung yang terjadi pada departemen pemasangan gps maupun tidak langsung. Aktivitas yang dilakukan pada departemen pemasangan gps merupakan aktivitas yang berhubungan langsung dengan pemasangan gpsnya, dilanjutkan dengan pengidentifikasian aktivitas biaya tidak langsung dan mengelompokkan pada level aktivitasnya.

Tabel 3 Biaya Langsung PT SLI bulan Jan-Mar 2021

No.	Biaya Langsung	Paket W (Rp)	Paket E (Rp)	Paket G (Rp)
1	Teknisi	2.415.000	1.925.000	1.715.000
2	BBM	300.000	200.000	100.000
Biaya Langsung Tiap Bulan		2.715.000	2.125.000	1.815.000
Total Biaya Langsung		6.655.000		

Sumber: data diolah

Tabel 4 Aktivitas dan Level Aktivitas

No.	Aktivitas	Level Aktivitas	Cost Driver
1	Insentif	<i>Unit Level</i>	Jumlah Unit Terjual
2	Lisensi Server	<i>Unit Level</i>	Jumlah Unit Terjual
3	Pemasaran	<i>Product Sustaining</i>	Jumlah Unit Tersedia
4	Perlengkapan Kantor	<i>Facility Sustaining</i>	Luas Kantor
5	Sewa, Listrik dan Air	<i>Facility Sustaining</i>	Jumlah Pengguna
6	Wifi dan Telepon	<i>Facility Sustaining</i>	Jumlah Pengguna
7	Gaji Karyawan	<i>Facility Sustaining</i>	Jumlah Hari Kerja

Sumber: data diolah

Tabel 3 menjelaskan bahwa yang termasuk dalam biaya langsung adalah bonus teknisi dan bbm dengan total sebesar Rp 6.655.000.

Tabel 4 menjelaskan bahwa yang termasuk biaya tidak langsung adalah aktivitas yang terjadi seperti insentif; lisensi server; pemasaran; perlengkapan kantor; sewa, listrik dan air; wifi dan telepon serta gaji karyawan. Dari aktivitas tersebut dikelompokkan pada setiap level aktivitasnya yaitu unit level, product sustaining dan facility sustaining. Dari level aktivitas tersebut diarahkan kepada cost driver yaitu menggambarkan berapa besar biaya overhead dibebankan. Cost Driver pada level aktivitas unit level digambarkan pada jumlah unit yang terjual, product sustaining digambarkan pada jumlah unit yang tersedia. Sedangkan pada facility sustaining, Cost Driver dibagi pada luas kantor dan jumlah hari kerja karena tidak berkaitan dengan jenis produk.

Setelah diarahkan pada cost driver maka mengelompokkan cost driver tersebut ke dalam cost pool. Cost pool digunakan dalam menentukan tarif BOP per unit pada cost driver yang dihitung berdasarkan kelompok aktivitas. Aktivitas-aktivitas yang terdapat pada tabel 4 akan dikelompokkan menurut cost drivernya.

Cost pool I berisi kelompok dengan cost driver jumlah unit terjual seperti aktivitas insentif dan lisensi server. Cost pool II berisi kelompok dengan cost driver jumlah unit tersedia seperti aktivitas pemasaran. Untuk cost pool III berisi kelompok dengan cost driver luas kantor seperti aktivitas perlengkapan kantor. Cost pool IV berisi kelompok dengan cost driver jumlah pengguna seperti aktivitas sewa, listrik dan air serta aktivitas wifi dan telepon. Sedangkan untuk cost pool V memuat kelompok aktivitas dengan cost driver jumlah hari kerja yaitu aktivitas gaji karyawan.

Langkah kedua yaitu pembebanan Biaya Overhead, dimulai dari merincikan biaya per aktivitas pada setiap kelompok cost pool dan mengalokasikan pemakaian cost driver pada bulan januari, februari hingga maret 2021.

Tabel 5 Rincian Biaya per Aktivitas *Cost Pool*

Aktivitas	Jan (Rp)	Feb (Rp)	Mar (Rp)
<i>Cost Pool I</i>			
Insentif:			
Karyawan	1.150.000	1.175.000	2.000.000
Lisensi Server	2.622.000	2.679.000	4.560.000
Total Cost Pool I			14.186.000
<i>Cost Pool II</i>			
Pemasaran:			
Iklan dan Promosi	450.000	350.000	350.000
Total Cost Pool II			1.150.000
<i>Cost Pool III</i>			
Perlengkapan Kantor:			
ATK dan Kebersihan	40.000	40.000	40.000
Total Cost Pool III			120.000
<i>Cost Pool IV</i>			
Sewa Kantor:			
Sewa, Listrik dan Air	1.500.000	1.500.000	1.500.000
Wifi dan Telepon	350.000	350.000	350.000
Total Cost Pool IV			5.550.000
<i>Cost Pool V</i>			
Penggajian:			
Karyawan	11.250.000	10.350.000	11.700.000
Total Cost Pool V			33.300.000

Sumber: data diolah

Tabel 6 Pengalokasian Pemakaian *Cost Driver* Jan-Mar 2021

No.	<i>Cost Driver</i>	Jumlah
1	Alokasi jumlah unit terjual:	
	Paket W	69
	Paket E	55

	Paket G	49
	Total	173
2	Alokasi jumlah unit tersedia:	
	Paket W	80
	Paket E	65
	Paket G	65
	Total	210
3	Alokasi luas kantor:	
	Paket W	2333
	Paket E	2333
	Paket G	2334
	Total	7000
4	Alokasi jumlah pengguna:	
	Paket W	3
	Paket E	2
	Paket G	2
	Total	7
5	Alokasi jumlah hari kerja:	
	Paket W	24,6
	Paket E	24,6
	Paket G	24,8
	Total	74

Sumber: data diolah

Berdasarkan uraian diatas dapat dilihat bahwa pada tabel 5 menjelaskan ringkasan biaya per aktivitas cost pool. Jumlah biaya pada Cost pool I sebesar Rp 14.186.000, Cost pool II sebesar Rp 1.150.000, Cost pool III sebesar Rp 120.000, Cost pool IV sebesar Rp 5.550.000 dan Cost pool V sebesar Rp 33.300.000.

Sedangkan pada tabel 6 menjelaskan mengenai pengalokasian pemakaian cost driver. Cost driver yang pertama adalah jumlah unit terjual yang berarti jumlah paket gps yang terjual yaitu sebesar 173 unit. Kedua, cost driver jumlah unit tersedia yaitu sebesar 210. Cost driver luas kantor sebesar 7000m², cost driver jumlah pengguna sebesar 7 orang yaitu jumlah karyawan kantor pada PT SLI dan cost driver jumlah hari kerja yaitu 74 hari (Januari, Februari dan Maret).

Langkah ketiga yaitu menentukan tarif kelompok cost pool per unitnya. Dalam menentukan tarif tersebut digunakan rumus jumlah aktivitas dibagi cost driver. Kemudian membebankan biaya pada jasa menggunakan tarif tersebut dan ukuran aktivitas. Pada tahap ini perhitungan pembebanan Overhead dari setiap cost pool menggunakan rumus: tarif kelompok x unit cost driver yang dipakai. Sehingga penentuan harga pokok jasa pemasangan gps dapat dilakukan.

Tabel 7 Penentuan Tarif Kelompok *Cost Pool per Unit*

<i>Cost Pool</i>	Tarif <i>Cost Pool</i> (Rp)	<i>Cost Driver</i>	Tarif per Unit
<i>Cost Pool I</i>	14.186.000	173	82.000
<i>Cost Pool II</i>	1.150.000	210	5.476
<i>Cost Pool III</i>	120.000	7000	17
<i>Cost Pool IV</i>	5.550.000	7	792.857
<i>Cost Pool V</i>	33.300.000	74	450.000

Sumber: data diolah

Tabel 8 Perhitungan Harga Pokok Jasa Pemasangan GPS dengan Metode *Activity Based Costing System*

No.	<i>Cost Pool</i>	Tarif <i>Cost Pool</i> (Rp)	<i>Cost Driver</i>	Total (Rp)
	Paket W			
1	<i>Cost Pool I</i>	82.000	69	5.658.000

2	<i>Cost Pool II</i>	5.476	80	438.080
3	<i>Cost Pool III</i>	17	2333	39.661
4	<i>Cost Pool IV</i>	792.857	3	2.378.571
5	<i>Cost Pool V</i>	450.000	24,6	11.070.000
Total biaya tidak langsung				19.584.312
Total biaya langsung				2.715.000
Total biaya untuk paket w				22.299.312
Jumlah biaya alat gps				20.010.000
Jumlah paket terjual				69
Harga pokok paket w				613.178

Paket E

1	<i>Cost Pool I</i>	82.000	55	4.510.000
2	<i>Cost Pool II</i>	5.476	65	355.940
3	<i>Cost Pool III</i>	17	2333	39.661
4	<i>Cost Pool IV</i>	792.857	2	1.585.714
5	<i>Cost Pool V</i>	450.000	24,6	11.070.000
Total biaya tidak langsung				17.561.315
Total biaya langsung				2.125.000
Total biaya untuk paket w				19.686.315
Jumlah biaya alat gps				20.625.000
Jumlah paket terjual				55
Harga pokok paket E				732.933

Paket G

1	<i>Cost Pool I</i>	82.000	49	4.018.000
2	<i>Cost Pool II</i>	5.476	65	355.940
3	<i>Cost Pool III</i>	17	2334	39.678
4	<i>Cost Pool IV</i>	792.857	2	1.585.714
5	<i>Cost Pool V</i>	450.000	24,8	11.160.000
Total biaya tidak langsung				17.119.654
Total biaya langsung				1.815.000
Total biaya untuk paket w				18.934.654
Jumlah biaya alat gps				22.825.000
Jumlah paket terjual				49
Harga pokok paket g				852.238

Sumber: data diolah

Tabel 7 memberikan hasil tarif cost pool per unit yang diperoleh dari jumlah tarif cost pool dibagi dengan pemakaian cost driver. Tarif per unit pada cost pool I sebesar Rp 82.000, cost pool II sebesar Rp 5.476, cost pool III sebesar Rp 17, cost pool IV sebesar Rp 792.857, sedangkan cost pool V sebesar Rp 450.000.

Setelah ditentukan tarif cost pool per unit maka dapat ditentukan harga pokok jasa pemasangan gpsnya. Dari tabel 8 dapat dilihat hasil perhitungan harga pokok jasa pemasangan gps dengan metode *activity based costing system* pada setiap paket. Harga pokok pada paket w yaitu sebesar Rp 613.178, harga pokok paket e sebesar Rp 732.933, sedangkan harga pokok paket g yaitu sebesar Rp 852.238.

Perbandingan Perhitungan Harga Pokok Jasa Pemasangan GPS menggunakan *Activity Based Costing System* dengan Metode Akuntansi Biaya Tradisional yang Diterapkan oleh PT SLI

Hasil perhitungan harga pokok jasa pemasangan gps dengan metode *activity based costing system* pada tabel 8 menunjukkan perbedaan harga pokok dengan metode akuntansi biaya tradisional yang diterapkan PT SLI. Perbedaan tersebut dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9 Perbandingan Harga Pokok Jasa Pemasangan Menggunakan Metode *Activity Based Costing System* dan Metode Akuntansi Biaya Tradisional oleh PT SLI

Paket	Harga Pokok PT SLI (Rp)	Harga Pokok Metode ABC (Rp)	Selisih (Rp)
W	650.000	613.178	36.822
E	750.000	732.933	17.067
G	900.000	852.238	47.762

Sumber: data diolah

Berdasarkan tabel 9 dapat dilihat perbandingan hasil perhitungan harga pokok dengan metode *activity based costing system* dan metode akuntansi biaya tradisional yang diterapkan oleh PT SLI. Hasil perhitungan harga pokok jasa menggunakan metode *activity based costing system* lebih rendah (understate) dibandingkan dengan metode akuntansi biaya tradisional yang diterapkan PT SLI dengan selisih untuk paket w sebesar Rp 36.822, paket e sebesar Rp 17.067, sedangkan paket g yaitu sebesar Rp 47.762.

Terjadinya perbedaan hasil dalam perhitungan harga pokok jasa pemasangan gps dengan metode *activity based costing system* dan akuntansi biaya tradisional yang diterapkan PT SLI karena adanya faktor-faktor biaya yang tidak dimasukkan dalam perhitungan yang dilakukan PT SLI dan berdampak pada kesalahan dalam pengalokasian biaya-biaya yang dibebankan dalam satu jenis cost driver saja, sehingga menyebabkan terjadinya distorsi biaya atau kesalahan pembebanan biaya yang terlalu tinggi atau terlalu rendah pada suatu objek.

Pada penerapan *activity based costing system* atau ABC dalam pembebanan biaya overhead dibebankan pada banyaknya cost driver sesuai dengan jumlah konsumsi aktivitas pada suatu jasa. Sehingga dapat mengalokasikan aktivitas biaya pada setiap jasa pemasangan gps dengan tepat berdasarkan konsumsi masing-masing.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kustiningsih dkk., (2017) dalam penelitian yang berjudul: Implementasi Activity Based Costing dalam Upaya Penetapan Tarif Tindakan Operasi (Studi Kasus Di RS Royal Surabaya). Dalam penelitian ini menghasilkan bahwa sistem ABC mampu mengalokasikan biaya dalam tindakan operasi menjadi lebih akurat daripada metode konvensional yang digunakan RS Royal Surabaya serta memberikan hasil perbedaan sebesar Rp 281.527.290,89. Penelitian yang dilakukan oleh Aulia dan Astuti (2018) yang berjudul: Usulan Model Perhitungan Harga Pokok Jasa Pada Industri Tour & Travel dengan Metode Activity Based Costing (Studi Pada Perusahaan Jasa XYZ Travel) memberikan hasil bahwa dengan menggunakan metode ABC harga pokok untuk setiap paket menjadi lebih kecil daripada menggunakan metode yang digunakan pihak XYZ Travel. Serta penelitian yang dilakukan Kindangen dkk., (2018) yang berjudul: Penerapan *Activity Based Costing System* Dalam Penentuan Harga Pokok Tarif Penyewaan Jasa Kendaraan Pada PT. Serasi Autoraya juga menghasilkan bahwa Metode ABC memberikan harga pokok lebih rendah daripada menggunakan perhitungan dari PT. Serasi Autoraya dengan selisih pada mobil Avanza Rp 1.864.750 dan jenis Innova sebesar Rp 1.313.328.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan hasil perhitungan harga pokok jasa pemasangan gps menggunakan metode *activity based costing system* dengan menggunakan metode akuntansi biaya tradisional yang diterapkan oleh PT SLI

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti mengenai perhitungan harga pokok jasa pemasangan gps pada PT SLI dapat disimpulkan bahwa adanya perbedaan harga pokok jasa pemasangan gps menggunakan metode *activity based costing system* dengan metode akuntansi biaya tradisional yang diterapkan oleh PT SLI. Penggunaan metode *activity based costing system* dalam perhitungan harga pokok jasa pemasangan gps akan menghasilkan harga pokok yang akurat.

Metode *activity based costing system* memberikan harga pokok yang lebih rendah sehingga dapat memenuhi kebutuhan manajemen dalam pengambilan keputusan pada

strategi untuk memenangkan persaingan antar kompetitor. Meningkatkan kualitas layanan dalam jasa pemasangan gps dan memberikan harga yang lebih rendah dari kompetitor lain akan menarik konsumen, hal tersebut akan berdampak pada tingginya tingkat penjualan jasa pemasangan gps yang akan memberikan laba yang lebih besar pula bagi PT SLI. Sehingga diharapkan metode *activity based costing system* ini menjadi pertimbangan dalam menentukan harga pokok jasa pemasangan gps pada PT SLI.

Keterbatasan dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya

Keterbatasan penelitian ini adalah sulitnya dalam penentuan cost driver dan tidak diberikannya data perhitungan harga pokok jasa pemasangan gps secara detail dan jelas. Peneliti hanya diberikan hasil secara keseluruhan dan dianalisis berdasarkan wawancara dan data yang diperoleh. Sehingga rekomendasi untuk penelitian selanjutnya diharapkan mencari lebih dalam mengenai data yang berkaitan dengan penelitian melalui teknik pengumpulan data yang lain serta melakukan penelitian pada bidang jasa yang lainnya

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, K. P., & Astuti, M. (2018). USULAN MODEL PERHITUNGAN HARGA POKOK JASA PADA INDUSTRI TOUR & TRAVEL DENGAN METODE ACTIVITY BASED COSTING (ABC)(Studi Pada Perusahaan Jasa XYZ Travel). In *National Conference of Creative Industry*.
- Bagaimana Penerapan Sistem Activity Based Costing Pada Perusahaan Jasa. Diambil 7 Mei 2021. Dari <https://www.dictio.id/t/bagaimana-penerapan-sistem-activity-based-costing-pada-perusahaan-jasa/12831>
- Hidayat, R. R. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembeli Gula Aren Sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut). *Doctoral dissertation*, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Kindangen, F., Morasa, J., & Mawikere, L. M. (2018). Penerapan Activity Based Costing System Dalam Penentuan Harga Pokok Tarif Penyewaan Jasa Kendaraan Pada Pt. Serasi Autoraya. *GOING CONCERN: JURNAL RISET AKUNTANSI*, 13(04).
- Kustiningsih, N., Atmadja, S. S., & Patmana, O. (2017). Implementation Of Activity Based Costing System In Making Effort To Determine The Tariff Of Operation Action (Case Study In Surabaya Royal Hospital). *Archives of Business Research*, 5(11).
- Mulyadi (2015). Akuntansi Biaya, Edisi 5. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- Narko, H. (2016). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENETAPAN HARGA JUAL BENSIN MURNI ECERAN (Studi Kasus Pada Penjual Bensin Eceran Di Kecamatan Grabag Magelang).*Doctoral dissertation*, IAIN Salatiga.
- Pulungan, R. Z. (2017). Perhitungan Unit Cost dengan Metode Activity Based Costing (ABC) Sebagai Alternatif Penentuan Tarif Rawat Inap RSUD Kabupaten Tapanuli Selatan Tahun 2017. Universitas Sumatera Utara.
- Sugiyono (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.
- Tjiptono, F. & Chandra Greforius, C. (2016). Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian). Yogyakarta: Andi

Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Telekomunikasi

¹Agung Wicaksono, ² Kasful Anwar Us

¹⁻² Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Article history

Received: 2021

Revised: 2021

Accepted: 2021

*Corresponding Author:

Agung Wicaksono,

Kasful Anwar,

Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Syariah,

Universitas Islam Negeri

Sultan Thaha Saifuddin

Jambi

Email:

Wicaksono535@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kinerja keuangan dengan analisis rasio pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yaitu PT Telkomsel Tbk, PT Indosat Tbk dan PT Smartfren Telecom Tbk. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang menggunakan data sekunder yaitu data keuangan yang diambil dari Bursa Efek Indonesia. Alat analisis yang digunakan yaitu berupa analisis rasio. Rasio yang digunakan ada empat rasio yaitu rasio likuiditas yang terdiri dari current ratio, quick ratio, lalu rasio aktivitas yang terdiri dari receivable turnover, inventory turnover, dan total asset turnover, selanjutnya rasio solvabilitas yang terdiri dari debt to asset ratio dan debt to equity ratio, dan yang terakhir adalah rasio profitabilitas yang terdiri dari net profit margin, return on investment, dan return on equity. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa jika dihitung dari rasio likuiditas, maka dapat dilihat dari current ratio yang menunjukkan bahwa ketiga perusahaan ini berada di dalam kondisi yang buruk karena rasionya berada di bawah 200 persen, begitu pula dalam quick ratio. Dalam rasio likuiditas, perusahaan tersebut dikatakan baik jika rasionya mencapai 200 persen karena itu berarti 200 aktiva lancar dapat menutupi 100 hutang lancar, yang berarti memiliki perbandingan sebesar 2:1. Jadi jika ditinjau dari rasio likuiditas maka ketiga perusahaan ini masih belum bisa dikatakan sebagai perusahaan yang likuid. Jika dilihat dari rasio aktivitasnya, ketiga perusahaan ini memiliki rasio yang bagus yang berarti ketiga perusahaan ini dapat mengelola piutang, persediaan, dan total aset dengan cukup baik. Jika dilihat dari rasio solvabilitasnya maka dapat disimpulkan bahwa hanya PT Telkomsel Tbk yang dapat dikatakan sebagai perusahaan yang solvable. Begitu juga dengan rasio profitabilitasnya, yang menunjukkan bahwa PT Telkomsel Tbk dapat memperoleh laba yang lebih banyak jika dibandingkan dengan PT Indosat Tbk dan PT Smartfren Telecom Tbk. Jadi dari sini dapat kita simpulkan bahwa PT Telkomsel Tbk mempunyai kinerja keuangan yang terbaik.

Kata Kunci : Kinerja Keuangan, Rasio Keuangan, Perusahaan Telekomunikasi

PENDAHULUAN

Adanya globalisasi perdagangan dan kemajuan teknologi informasi telah mendorong perubahan lingkungan bisnis telekomunikasi secara global dan juga memberikan tekanan yang

kuat bagi negara-negara di dunia untuk mengakhiri era monopoli. Berakhirnya era monopoli tersebut memunculkan era kompetisi untuk menciptakan lingkungan baru dan kesempatan bisnis baru bagi sektor telekomunikasi. Untuk itu, pemerintah Indonesia telah mereformasi sektor ekonomi dengan menerbitkan Undang-undang No.36 Tahun 1999 tentang telekomunikasi sebagai pengganti Undang-undang No. 3 Tahun 1989. Undang-undang yang baru tersebut berisikan mengenai larangan kegiatan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli, larangan persaingan usaha yang tidak sehat, serta liberalisasi penyelenggaraan jaringan maupun jasa telekomunikasi.

Globalisasi ekonomi dan kebutuhan masyarakat akan informasi, menempatkan telekomunikasi sebagai jasa yang diperdagangkan dan sebagai sarana vital bagi sebagian besar jasa lainnya. Dengan demikian, sektor telekomunikasi menjadi faktor strategis dan berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

Apabila pada beberapa waktu lalu, PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk merupakan perusahaan monopoli bidang komunikasi di Indonesia, namun saat ini telah bermunculan beberapa perusahaan jasa telekomunikasi antara lain: PT. Indosat, Tbk, PT. Excelcomindo Pratama, Tbk, dan PT. Bakrie Telecom, Tbk. Perusahaan-perusahaan tersebut adalah perusahaan yang telah go public, sehingga laporan keuangannya bersifat terbuka. Berdasarkan laporan keuangan tersebut, masyarakat dapat menilai kinerja dari masing-masing perusahaan jasa telekomunikasi.

Berdasarkan hal tersebut maka tujuan penelitian ini adalah mengetahui perkembangan dan perbandingan kinerja keuangan perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Laporan Keuangan

Untuk menjalankan organisasi, pengolahan keuangan salah satu faktor pendukung, karena dengan kondisi keuangan yang baik maka aktivitas organisasi dapat dijaga kelangsungannya, melalui pengolahan keuangan, maka kemampuan suatu instansi atau perusahaan untuk memenuhi kewajibannya, beban tetap yang harus dibayar, serta nilai dana yang tersimpan saat ini dapat dinilai.

Laporan keuangan merupakan ringkasan dari suatu proses pencatatan, merupakan suatu ringkasan dari transaksi-transaksi keuangan yang terjadi selama tahun buku bersangkutan. Laporan keuangan ini dibuat oleh manajemen dengan tujuan untuk mempertanggungjawabkan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya oleh para pemilik perusahaan. disamping itu, laporan keuangan dapat juga digunakan untuk memenuhi tujuan-tujuan lain yaitu sebagai laporan kepada pihak-pihak diluar perusahaan.

Laporan keuangan menggambarkan pos-pos keuangan perusahaan yang diperoleh dalam suatu periode. Laporan keuangan biasanya terdiri dari:

- a. Laporan posisi keuangan;
- b. Laporan laba rugi komprehensif;
- c. Laporan perubahan ekuitas;
- d. Laporan arus kas.

Laporan keuangan (financial statements) biasanya menunjukkan kondisi finansial suatu entitas pada suatu periode tertentu. Dengan laporan keuangan, sebuah perusahaan dapat memantau perkembangan bisnisnya. Informasi dalam laporan keuangan, tidak hanya digunakan oleh pemilik atau manajemen, melainkan juga beberapa pihak yang ditunjuk untuk dapat menggunakannya. Dalam buku *Praktis Menyusun Laporan Keuangan (2015)* karya Hery, pengertian laporan keuangan adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk mengkomunikasikan data keuangan atau aktivitas perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Laporan keuangan merupakan produk akhir dari serangkaian proses pencatatan dan pengikhtisaran data transaksi bisnis. Secara normatif tujuan keputusan keuangan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin tinggi kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan. Jadi, dengan memperoleh laporan keuangan suatu perusahaan, akan dapat diketahui kondisi keuangan perusahaan secara menyeluruh yaitu dengan melakukan analisis keuangan melalui berbagai rasio keuangan yang lazim dilakukan. (Sunyoto, 2015).

Analisis Laporan Keuangan

Menurut (Harahap, 2015), Analisis laporan keuangan adalah menguraikan pos-pos laporan keuangan (financial statement) menjadi unit informasi yang lebih kecil dan melihat hubungannya yang bersifat signifikan atau yang mempunyai makna antara satu dengan yang lain baik antara data kuantitatif maupun data nonkuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui kondisi keuangan lebih dalam yang sangat penting dalam proses menghasilkan keputusan yang tepat.

Rasio Likuiditas

Menurut Sutrisno (2012:215), rasio likuiditas adalah rasio yang mencerminkan kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban – kewajiban yang segera harus dipenuhi. Apabila perusahaan ditagih, maka akan mampu untuk memenuhi utang (membayar) tersebut terutama utang yang sudah jatuh tempo.

Rasio likuiditas adalah rasio yang dipergunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban-kewajiban jangka pendek. Rasio likuiditas memiliki tujuan untuk melakukan uji kecukupan dana, solvency perusahaan, kemampuan perusahaan membayar kewajiban-kewajiban yang segera harus dipenuhi. (Bambang Subroto, 2013).

Rasio-rasio likuiditas sebagaimana yang diutarakan, dapat dilihat pada uraian sebagai berikut :

a. Rasio Lancar (Current Ratio)

Rasio-rasio likuiditas sebagaimana yang diutarakan, dapat dilihat pada uraian sebagai berikut :

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}} \times 100\%$$

Rasio ini merupakan cara untuk mengukur kesanggupan suatu perusahaan untuk

memenuhi kewajiban-kewajibannya, dengan pedoman 2:1 atau 200% ini adalah rasio minimum yang akan dipertahankan oleh suatu perusahaan. Menurut Kasmir (2016:111), current ratio merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan.

b. Rasio Cepat (Quick Ratio)

Rasio ini merupakan perbandingan antara aset lancar dikurangi persediaan dengan kewajiban lancar. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Kewajiban Lancar}} \times 100\%$$

Rasio ini merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban - kewajibannya tidak memperhitungkan persediaan, karena persediaan memerlukan waktu yang relatif lama untuk direalisasi menjadi uang kas, walaupun kenyataannya mungkin persediaannya lebih likuid dari pada piutang. Menurut Sutrisno (2012:216), quick ratio merupakan rasio antara aktiva lancar sesudah dikurangi persediaan dengan hutang lancar.

c. Rasio Kas (Cash Ratio)

Menurut (Sudana,2011). Cash ratio atau rasio kas adalah kemampuan kas dan surat berharga yang dimiliki perusahaan untuk menutup utang lancar. Rasio ini akurat dalam mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek karena hanya memperhitungkan komponen aset lancar yang paling likuid. Dapat dilihat pada rumus sebagai berikut:

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Kas} + \text{Bank}}{\text{Utang Lancar}} \times 100\%$$

Rasio Liabilitas dalam penelitian ini hanya menggunakan salah satu indikator dari ketiga indikator rasio yaitu menggunakan Current Ratio yang merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek atau hutang yang segera akan jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan.

Rasio Solvabilitas

Solvabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban hutang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivasnya. Dalam arti luas dikatakan bahwa rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya apabila perusahaan dibubarkan (likuidasi). Kasmir (2017).

Jenis – jenis pada ratio solvabilitas diantaranya :

a. Rasio Hutang (Debt to Equit Ratio)

Rasio ini merupakan perbandingan antara total kewajiban dengan total aset.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\text{Debt to Equit Ratio} = \frac{\text{Total kewajiban}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

Rasio ini menunjukkan sejauh mana kewajiban dapat ditutupi oleh aset. Menurut

Fahmi (2011), semakin rendah rasio ini semakin baik karena aman bagi kreditor saat likuidasi. Menurut Raharjaputra (2009:201), debt to assest ratio yaitu mengukur jumlah persentase dari jumlah dana yang diberikan oleh kreditor berupa utang terhadap jumlah asseta perusahaan.

b. *Time Interest Earned*

Rasio ini merupakan perbandingan antara laba sebelum bunga dan pajak atau laba operasi (EBIT) dengan beban bunga. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{Time Interest Earned} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Beban Bunga}} \times 100\%$$

Rasio ini menunjukkan sejauh mana besarnya jaminan keuntungan sebelum bunga dan pajak atau laba operasi (EBIT) untuk membayar beban bunganya.

Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas atau efisiensi digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya atau aktivitya. Rasio aktivitas menunjukkan seberapa jauh manajemen dapat mengumpulkan penjualan yang cukup atas aktiva perusahaan yang digunakan. Dalam menganalisis aktivitas persediaan terdapat beberapa masalah yang perlu diketahui. Pertama, penjualan dilakukan menurut harga pasar, sedangkan investasi dalam persediaan dicatat menurut harga pokoknya. Kedua, penjualan terjadi sepanjang periode (tahun dan sebagainya), sedangkan persediaan menunjukkan posisi pada suatu tanggal tertentu. (Kamaluddin dan Indriani, 2012).

Sinuraya (1998:21), mengemukakan bahwa rasio aktivitas mengukur seberapa efektif perusahaan memanfaatkan semua sumber daya yang ada pada perusahaan, rasio ini dianggap layak apabila penjualan dengan berbagai unsur aktiva dalam penggunaannya harus seimbang. Rasio-rasio aktivitas meliputi :

a. *Total Assets Turnover*.

Perputaran harta yang membandingkan seluruh penjualan dengan seluruh harta.

$$\text{Penjual Perputaran Aktiva} = \frac{\text{seluruh penjualan}}{\text{Jumlah harta}}$$

Hasil perhitungan ini menunjukkan volume bisnis yang dihasilkan perharta yang diinvestasikan. Makin tinggi angka yang dihasilkan berarti perusahaan tersebut makin baik karena menghasilkan volume bisnis yang relatif tinggi.

b. *Receivable Turnover*.

Perputaran piutang merupakan ukuran efektivitas pengelolaan piutang. Semakin cepat perputaran piutang, semakin efektif perusahaan dalam mengelola piutangnya. Piutang berkaitan dengan penjualan kredit, sehingga rumus untuk menghitung perputaran piutang adalah :

$$\text{Receivable Turnover} = \frac{\text{Penjualan Kredit}}{\text{Rata-rata piutang}}$$

c. *Fixed Assets Turnover*.

Rasio ini digunakan untuk mengukur efektivitas penggunaannya yang tertanam pada

harta tetap. Rasio tersebut berguna untuk mengevaluasi kemampuan perusahaan menggunakan aktivasnya secara efektif untuk meningkatkan pendapatan. Fixed Assets Turnover dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Fixed Assets Turnover} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Aktiva Tetap}}$$

d. *Inventory Turnover*.

Persediaan merupakan komponen utama dari barang yang dijual, oleh karena itu semakin tinggi persediaan berputar, semakin efektif perusahaan dalam mengelola persediaan. Perputaran Persediaan dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Inventory Turnover (at cost)} = \frac{\text{Harga pokok penjualam}}{\text{Rata - rata Persediaan}}$$

$$\text{Inventory Turnover (at market)} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Persediaan}}$$

e. *Working Capital Turnover*.

Rasio ini menunjukkan hubungan antara modal kerja dengan penjualan dan menunjukkan banyaknya penjualan yang dapat diperoleh perusahaan untuk tiap modal kerja. *Working Capital Turnover* dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Working Capital Turnover} = \frac{\text{Penjualan - Harga Pokok Penjualam}}{\text{Penjualan}}$$

Sawir, (2003) berpendapat bahwa untuk mengukur rasio *Working Capital Turnover* digunakan rumus :

$$\text{Working Capital Turnover} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Modal Kerja Bersih}}$$

Modal kerja bersih adalah aktiva lancar dikurangi dengan utang lancar. Rasio tersebut mengukur aktivitas bisnis terhadap kelebihan aktiva lancar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan studi kasus perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2015-2019. Penelitian ini dilakukan dengan cara penelitian sekunder, yaitu mengambil data atau informasi dari internet, melalui situs www.idx.co.id. Situs tersebut menyediakan data keuangan perusahaan telekomunikasi yang go publik sampai dengan tahun 2019. Untuk waktu penelitian dimulai dari bulan April 2020 sampai dengan bulan Juni 2020. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang peneliti kumpulkan dalam bentuk angka-angka absolut dari laporan keuangan yaitu laporan laba rugi dan neraca perusahaan-perusahaan sektor industri telekomunikasi yang terdaftar di BEI tahun 2015-2019. Data penelitian yang digunakan merupakan data sekunder, dimana data diperoleh secara tidak langsung dari pihak ketiga atau melalui dokumen. Sumber data

penelitian ini diperoleh dari internet melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) www.idx.co.id, berupa laporan tahunan perusahaan-perusahaan sektor industri telekomunikasi tahun 2015-2019.

Populasi adalah obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012) mengatakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. teknik Purposive sampling teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Alasan menggunakan teknik *Purposive Sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti.

Tabel 1 Daftar kriteria sampel penelitian

Kriteria sampel	Jumlah
Perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI	46
Perusahaan tidak mempublikasikan laporan keuangan tahun 2015-2019	(42)
Jumlah	4

Dari tabel diatas di peroleh sampel penelitian sebanyak 46 perusahaan karena 42 diantaranya tidak menerbitkan laporan keuangan periode tahun 2015-2019 sehingga, tidak termasuk dalam kriteria sampel penelitian. Periode pengamatan dilakukan 5 tahun yaitu pada tahun 2015-2019

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di negara Indonesia saat ini jumlah pengguna handphone telah mengalami peningkatan dari Tahun ke Tahun, perkembangan handphone di Indonesia sendiri sangat memiliki dampak pengaruh yang cukup signifikan terhadap penggunaan teknologi seluler di Indonesia. Dengan kemunculan pertamanya pada Tahun 1984 ke Indonesia memang tidak memiliki harapan yang cukup baik, selain bentuknya yang tidak nyaman untuk diselipkan, harga unit satuannya pun mahal, diatas 10 juta rupiah pada saat itu. Namun sekarang, penggunaan ponsel di Indonesia terus meningkat karena harga yang relatif murah, bentuk dan model yang lebih bervariasi, spesifikasi yang lebih lengkap dan mudah untuk mendapatkannya. Tanpa data pun bisa terlihat secara kasarseberapa besar persentasi handphone di Indonesia dengan tidak memandang kelas, pekerjaan, gaji, dan lain-lain. (2014).

Seiring perkembangan teknologi dan informasi yang serba cepat, kebutuhan masyarakat dari segi produk dan jasa pun meningkat tajam untuk memenuhi kebutuhan hidup salah satunya kebutuhan akan jasa komunikasi. Berikut ini adalah profil perusahaan pada sektor Telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2015-2017 yang merupakan sampel dari penelitian ini:

PT XL Axiata Tbk.

PT XL Axiata Tbk (dahulu PT Excelcomindo Pratama Tbk) adalah sebuah perusahaan operator telekomunikasi seluler di Indonesia. Perusahaan XL yang kini

bernama Axiata Tbk ini berdiri pada tanggal 8 Oktober 1989 dengan nama PT Grahame Metropolitan Lestari. Sekitar enam tahun kemudian, XL mendirikan kemitraan dengan Rajawali Group yang merupakan pemegang saham PT Grahame Metropolitan Lestari dengan tiga investor asing yaitu NYNEX, AIF dan Mitsui. Setelah itu, namanya pun diubah menjadi PT Exelcomindo Pratama yang bergerak di bidang jasa telepon. XL mulai beroperasi secara komersial pada tanggal 8 Oktober 1996 dan merupakan perusahaan swasta pertama yang menyediakan layanan telepon seluler di Indonesia.

PT Smartfren Telecom Tbk

Pada awalnya PT Smartfren Telecom Tbk didirikan pada bulan Desember tahun 2002 dengan nama PT Mobile-8 Telecom. Pada bulan Januari 2011, Perseroan melakukan aksi korporasi dengan mengakuisisi PT Smart Telecom (Smartel).

PT Indosat Tbk.

PT Indosat Tbk adalah nama dari salah satu perusahaan penyedia jasa telekomunikasi dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Indosat memiliki sejarah panjang perpindahan kepemilikan dan perubahan tujuan perusahaan semenjak didirikan pada 20 November 1967. Didirikan sebagai perusahaan modal asing oleh pemerintah Indonesia dengan nama PT Indonesian Satellite Corporation Tbk.

PT Telekomunikasi Indonesia Tbk.

PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (Persero) biasa disebut Telkom Indonesia atau Telkom saja adalah perusahaan informasi dan komunikasi serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap di Indonesia. Pada tahun 1882, didirikan sebuah badan usaha swasta penyedia layanan pos dan telegraf. Layanan komunikasi kemudian dikonsolidasikan oleh Pemerintah Hindia Belanda ke dalam jawatan Post Telegraaf Telefoon (PTT).

Tabel 1. Rasio Lancar

Dalam Persen (%)

Perusahaan	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.	77	54	60	91	96
PT. Bakrie Telecom Tbk	180	220	86	82	32
PT. Indosat Tbk	93	91	55	52	55
PT. XL Axiata Tbk	24	56	33	49	39
Average	94	105	59	68	55

Dari hasil analisis rasio lancar dapat diketahui bahwa *current ratio* PT. Bakrie Telecom Tbk dari tahun 2015-2017 terus mengalami peningkatan.

Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan untuk melunasi hutang lancarnya dengan aktiva lancar yang dimiliki mulai tahun 2015-2017 juga mengalami peningkatan. Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa dari tahun 2015-2017 perusahaan mampu memaksimalkan atas potensi aktiva lancar yang dimiliki sehingga tidak dapat secara maksimal untuk memberikan jaminan atas hutang lancar yang dimiliki. Kenaikan tersebut disebabkan oleh semakin kecilnya selisih nilai aktiva lancar

dengan hutang lancar, tetapi keduanya tetap mengalami kenaikan.

Jika dibandingkan dengan rata-rata perusahaan, rasio lancar PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk dari tahun 2015-2017 selalu di bawah rata-rata perusahaan telekomunikasi yang diteliti. Namun, selama periode tahun 2018 sampai tahun 2019 PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk selaluberada di atas rata-rata.

Tabel 2. Rasio Utang Atas Modal
Dalam Persen (%)

Perusahaan	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.	116	138	127	78	69
PT. Bakrie Telecom Tbk	149	68	127	138	180
PT. Indosat Tbk	172	195	205	190	177
PT. XL Axiata Tbk	321	559	211	133	128
Average	189	240	167	135	138

Hasil analisis menunjukkan bahwa semakin rendah tingkat pendanaan yang dimiliki perusahaan dan semakin besar batas pengamanan bagi perusahaan jika terjadi kerugian ataupun penyusutan terhadap nilai aktiva.

Jika dibandingkan dengan rata-rata perusahaan telekomunikasi yang diteliti, *total debt to total equity ratio* PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk berada di atas rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah modal sendiri yang dijadikan jaminan untuk jaminan utang cenderung lebih kecil bila dibandingkan dengan perusahaan sejenis lainnya.

Tabel 3. Rasio Utang Atas Aktiva
Dalam Persen (%)

Perusahaan	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.	48	52	49	44	41
PT. Bakrie Telecom Tbk	60	41	56	58	64
PT. Indosat Tbk	63	66	67	65	64
PT. XL Axiata Tbk	76	85	68	57	56
Average	62	61	60	56	56

Rasio hutang pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. dalam kondisi yang fluktuasi. Pada tahun 2007 kondisi penurunan rasio hutang perusahaan sebesar 48%. Penurunan ini disebabkan oleh bertambahnya nilai total kewajiban dan total aktiva. Kondisi membaik atas rasio utang atas aktiva mulai terlihat pada tahun 2017 dan kondisi yang lebih baik terus terlihat di tahun 2018 dan 2019 walaupun dengan tingkat perubahan yang sangat sedikit.

Tabel 4. Return On Equity

Dalam Persen (%)

Perusahaan	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.	38	31	30	28	25
PT. Bakrie Telecom Tbk	8	3	2	0,2	-18
PT. Indosat Tbk	12	11	8	4	5
PT. XL Axiata Tbk	6	-0,4	19	25	21
Average	16	11	15	14	8

Nilai rasio *return on equity* (ROE) PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. selama tahun periode penelitian yaitu 2015-2019 terus menerus mengalami penurunan. Penurunan ini disebabkan oleh terus meningkatnya total ekuitas tetapi perusahaan tidak memaksimalkan peningkatan totalekuitas dalam menghasilkan laba secara maksimal.

Nilai rasio *return on equity* PT. XL Axiata Tbk lebih kecil bila dibandingkan dengan tahun 2007 yang hanya sebesar 6%. Menurunnya angka rasio ini disebabkan oleh menurunnya laba bersih perusahaan dan menurunnya total ekuitas perusahaan. Pada tahun 2008 menunjukkan bahwa posisi pemilik perusahaan menjadi begitu lemah, dikarenakan pada tahun ini ROE dari PT. XL Axiata Tbk. hanya 0% saja, hal ini menunjukkan penurunan yang cukup signifikan.

Tabel 5. Return On Asset

Dalam Persen (%)

Perusahaan	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.	14.65	15.67	11.64	11.65	15.79
PT. Bakrie Telecom Tbk	3.28	3.09	1.60	0.86	0.08
PT. Indosat Tbk	4.12	4.51	3.63	2.72	1.37
PT. XL Axiata Tbk	5.16	1.33	-0.05	6.24	10.61
Average	6.80	6.15	4.20	5.37	6.96

Nilai rasio *return on assets* pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. sangat fluktuatif. Peningkatan yang terjadi disebabkan oleh meningkatnya laba bersih terutama pada akun penjualan dan meningkatnya total aktiva.

Pada tahun 2017, PT. XL Axiata Tbk. mengalami peningkatan penjualan dan sehingga menyebabkan meningkatnya laba bersih sehingga ROA pada tahun 2017 sebesar 6%. Pada tahun 2018 dan 2019, ROA dari PT. XL Axiata Tbk. mempunyai kecenderungan untuk naik, yaitu sebesar 11% dan 9%. Kenaikan laba bersih terjadi pada kedua tahun ini, namun saja pada tahun 2018 terjadi kenaikan pada total aktiva, khususnya untuk akun aktiva tetap.

Tabel 6. Fixed Asset Turn Over

Dalam Persen (%)

Perusahaan	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.	90	78	83	84	87
PT. Bakrie Telecom Tbk	35	35	28	25	23
PT. Indosat Tbk	48	44	39	42	45
PT. XL Axiata Tbk	38	48	54	70	66
Average	52	51	55	55	52

PT. Bakrie Telecome Tbk. pada tahun 2015 dan 2016 rasionya hanya 35%. Ini dikarenakan penurunan aset tetap dan penjualan terjadi selamatahun. Sedangkan pada tahun 2017 rasio FATO pada PT. Bakrie Telecome Tbk, hanya sebesar 28%. Hal ini dikarenakan adanya peningkatan aset tetap yang cukup signifikan yaitu dari Rp. 6.237.654.360.240 menjadi Rp. 9.664.719.911.522. Untuk tahun 2018 dan 2019, rasio FATO menjadi semakin kecil yaitu hanya sebesar 25% dan 23%. Pada tahun 2006 nilai rasio *fixed assets turnover* (FATO) pada PT. XL Axiata sebesar 0,41 kali dan mengalami penurunan pada tahun 2015 menjadi sebesar 0,38 kali. Penurunan ini disebabkan karena meningkatnya aktiva tetap tidak diimbangi dengan meningkatnya penjualan.

Tabel 7. Total Asset Turn Over

Dalam Persen (%)

Perusahaan	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.	72	66	69	68	69
PT. Bakrie Telecom Tbk	28	26	24	22	21
PT. Indosat Tbk	36	36	34	37	39
PT. XL Axiata Tbk	34	42	50	64	59
Average	43	43	44	48	57

Nilai rasio TATO pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. dari tahun ke tahun berfluktuasi. Pada tahun 2015 nilai rasio TATO pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. sebesar 72%. Hal ini menunjukkan bahwa selama ini perusahaan mampu memberikan jaminan bahwa aktiva yang dimiliki mampu secara maksimal digunakan untuk membiayai aktivitas operasional perusahaan dan pada akhirnya dapat meningkatkan pencapaian pendapatan secara maksimal pada tahun ini.

Nilai TATO pada PT. XL Axiata jika dianalisis pada periode penelitian berfluktuatif setiap tahunnya, namun cenderung meningkat. Adanya kecenderungan peningkatan atas rasio *total assets turnover* (TATO) tersebut dapat menunjukkan bahwa selama ini perusahaan mampu memberikan jaminan bahwa aktiva yang dimiliki mampu

secara maksimal digunakan untuk membiayai aktivitas operasional perusahaan dan pada akhirnya dapat meningkatkan pencapaian pendapatan secara maksimal.

Tabel 8. Earning Per Share
Dalam Persen (%)

Perusahaan	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.	664,08	537,73	579,52	586,54	559,67
PT. Bakrie Telecom Tbk	7,65	5,20	3,46	0,35	(27,47)
PT. Indosat Tbk	375,79	345,70	275,72	119,10	153,66
PT. XL Axiata Tbk	35,00	(2,00)	237,00	340,00	332,00
Average	270,63	221,66	273,93	261,50	254,47

Dari data *earning per share* yang terdapat pada laporan keuangan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. dapat disimpulkan bahwa perusahaan mengalami keadaan naik dan turun dari tahun ke tahun. Rasio *earning per share* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada per lembar sahamnya. Semakin besar rasio EPS maka kinerja perusahaan semakin baik dalam menghasilkan keuntungan. Menurut catatan atas laporan keuangan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. laba per saham dasar dihitung dengan membagi laba bersih dengan jumlah rata-rata tertimbang yang beredar selama tahun tersebut. Pada tahun 2015 angka EPS meningkat menjadi 664,08. Salah satu faktor pendorongnya adalah laba bersih perusahaan yang meningkat menjadi sebesar Rp. 12.857.018 (dalam jutaan rupiah)

Jika dibandingkan dengan perusahaan telekomunikasi lainnya yang diteliti, angka rasio *earning per share* PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. selalu berada di atas rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. dapat dinilai sebagai perusahaan yang paling berhasil dalam menciptakan keuntungan bagi pemegang sahamnya.

Tabel 9 Earning Per Share
Dalam Persen (%)

Perusahaan	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.	15,28	12,83	16,31	13,55	12,60
PT. Bakrie Telecom Tbk	54,90	9,81	42,49	671,43	(9,46)
PT. Indosat Tbk	23,02	16,63	17,14	45,34	36,77
PT. XL Axiata Tbk	62,14	(460,00)	8,14	15,59	13,63
Average	38,84	(105,18)	21,02	186,48	13,38

Berdasarkan data perhitungan *price earning ratio* seluruh perusahaan telekomunikasi

yang diteliti, secara keseluruhan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. selalu memperoleh angka *price earning ratio* paling rendah, kecuali di tahun 2008 dan selalu di bawah rata-rata. PT. XL Axiata Tbk. cenderung memperoleh angka *price earning ratio* yang tinggi di tahun 2015 sampai tahun 2016, bahkan pada tahun 2016 perusahaan pernah mengalami keadaan PER di bawah nol karena mengalami rugi bersih pada tahun tersebut. Pada tahun 2006 angka PER perusahaan adalah sebesar 25,27 kali. Hasil tersebut didapatkan dengan membagi harga saham dengan *earning per share* (EPS). Angka EPS adalah 92. Pada tahun 2007 angka PER meningkat menjadi sebesar 62,14 kali. Harga saham penutupan (*closing stock price*) di tahun 2015 adalah Rp 2.175 dan angka EPS sebesar 35. Di tahun 2016, PT. XL Axiata Tbk.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. PT XL Axiata memiliki kinerja yang baik. Hal ini dibuktikan dengan cukup baiknya rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio aktivitas, dan rasio profitabilitas meski berfluktuasi turun naik setiap tahunnya.
2. PT Smartfren memiliki kinerja yang cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan rasio solvabilitas, rasio aktivitas, dan rasio profitabilitas perusahaan yang baik setiap tahunnya.
3. PT Indosat memiliki kinerja yang sangat baik. Hal ini dibuktikan dengan sangat baiknya rasio likuiditas, rasio solvabilitas, dan rasio profitabilitas perusahaan setiap tahunnya.
4. PT Telekomunikasi Indonesia memiliki kinerja sangat baik. Hal ini dibuktikan dengan semakin membaiknya rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio aktivitas, dan rasio profitabilitas perusahaan setiap tahunnya

DAFTAR PUSTAKA

Ainun, Djoehar Moch. 2019. Analisis Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2013. *Edunomika*– Vol. 04, No. 01.

Fahmi, Irham. 2012. Analisis Kinerja Keuangan. Bandung: Alfabeta.

Harahap, Sofyan Syafri. 2011. Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan. Jakarta: PT. Raja Grafindo Perkasa.

Harahap. 2015. Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan. Edisi 1-10, Jakarta: Rajawali Pers.

Hery. 2015. Analisis Laporan Keuangan. Edisi 1. Yogyakarta: Center For Academic Publishing Services.

I Made Sudana. 2011. Manajemen Keuangan Perusahaan Teori Dan Praktik. Jakarta: Erlangga
Kamaludin, Dan Rini Indriani. 2012. Manajemen Keuangan. Edisi Revisi.

CV. Bandar Maju. Bandung.

Analisis Kemajuan Penggunaan Hijab Terhadap Kalangan Milenial

¹Rizka Yolanda Putri, ²Kasful Anwar US

¹⁻²Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sulthan Saifuddin Jambi

Article history

Received: 08-05-2021

Revised: 24-06-2021

Accepted: 03-07-2021

*Corresponding Author:
Rizka Yolanda Putri,
Kasful Anwar Us
Program Studi Ekonomi
Syariah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam,
Universitas Islam Negeri
Sulthan Saifuddin Jambi
Email:

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui alasan siswi kelas XI SMA Negeri 1 Tanjabtim mengenakan jilbab di sekolah (2) dan untuk mengetahui Kemajuan setiap pemakaian jilbab pada siswi kelas XI SMA Negeri 1 Tanjabtim. Penelitian menggunakan metode wawancara dengan beberapa siswi (In-dephtinterview), Serta sumber data diperoleh dari studi pustaka, peristiwa atau aktivitas, tempat atau lokasi, informan yaitu siswi kelas XI SMA Negeri 1 Tanjabtim yang menggunakan jilbab. Analisis interaktif : penelitian dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut : (1) alasan pemakaian jilbab oleh siswi kelas XI SMA Negeri 1 Tanjabtim sangatlah beragam, diantaranya karena syariat agama, motivasi dari lingkungan sekitar, untuk menunjang penampilan. Para siswi mengenakan jilbab di sekolah, baik dampak positif maupun negatif. Adapun dampak positifnya adalah adanya pembentukan citra diri atau identitas diri bagi siswi yang mengenakan jilbab sebagai perempuan yang alim, terhormat dan mulia. Jilbab juga dapat memberikan ketenangan bagi siswi, siswi merasa lebih terjaga dirinya dari godaan laki ± laki. Sedangkan dampak negatifnya adalah pemakaian jilbab yang tidak sesuai dengan syariat agama, beberapa siswi mengenakan jilbab secara atau tidak rutin (hanya di sekolah atau kegiatan tertentu saja), pemakaian jilbab tidak membangun keaktifan mereka dalam organisasi yang dapat mengembangkan pengetahuan mereka dalam bidang keagamaan. Pemakaian jilbab oleh para siswi ini merupakan sebuah penegasan identitas yang dimilikinya. Mereka mengenakan jilbab untuk menunjukkan bahwa jilbab dijadikan sebagai identitas keagamaan, pemakaian jilbab sebagai suatu tindakan sosial, dan pemakaian jilbab membentuk identitas diri pada pemakainya

Kata Kunci : Jilbab, Hijab, Syariat Agama, Sekolah.

PENDAHULUAN

Berbicara tentang pakaian sesungguhnya berbicara sesuatu yang erat kaitannya dengan diri kita (Barnard, 1996 : 6). Ini menunjukkan bahwa apa yang kita pakai dalam keseharian kita dapat menggambarkan kepribadian dalam diri kita. Pakaian yang kita gunakan membuat pernyataan tentang diri kita. Bahkan jika kita merupakan orang yang tidak peduli soal pakaian, orang yang berada di lingkungan kita tentunya menafsirkan bahwa kita sedang ingin menunjukkan sebuah pesan dari pakaian yang sedang kita kenakan. Cara berpakaian seseorang tentu mencirikan penampilan fisik.

Nilai-nilai agama, kebiasaan, tuntutan lingkungan, nilai kenyamanan, semua itu mempengaruhi cara kita berdandan (Mulyana, 2008: 29). Salah satu cara berpakaian yang berkaitan dengan nilai agama dan yang sering menjadi pusat perhatian adalah mengenakan jilbab. Jilbab adalah pakaian yang wajib hukumnya bagi perempuan muslim. Agamalah yang mewajibkan mereka untuk menutup aurat mereka dengan jilbab. Tentu saja dengan larangan seperti ini menjadikan alasan mereka mengenakan jilbab karena agama. Berjilbab adalah sebuah hukum dan syariat agama Islam yang berakar kuat dalam Al-Qur'an dan

Sunnah Nabi SAW. Perintah mengenakan jilbab bagi muslimah tertera jelas dalam AL-QUR'AN surat al- Ahzab ayat 59.

Di Indonesia sebelum era reformasi, perempuan yang mengenakan jilbab masih jarang ditemui. Karena pada masa itu penggunaan jilbab masih dianggap tabu oleh masyarakat. Kemudian pada awal tahun 1990-an, disertai dengan pemahaman agama yang semakin meningkat, kesadaran wanita muslim untuk mengenakan jilbab sebagai penutup aurat juga semakin meningkat. Pada awal tahun 2000 trend jilbab mulai menjamur di Indonesia. Fenomena pemakaian jilbab kini tidak hanya di kalangan perempuan-perempuan muslim yang taat beragama saja, namun semakin merambah ke seluruh lapisan masyarakat, baik yang aktif mengikuti kegiatan keagamaan maupun tidak, baik kalangan atas maupun kalangan menengah ke bawah.

Jika dulu jilbab identik dengan kampung, kini tidak lagi karena banyak sekali model-model jilbab dengan desain baru dan menawan. Jilbab menjadi trend baru yang begitu digandrungi oleh masyarakat semua kalangan. Pada masa sekarang bermunculan banyak fenomena tentang jilbab (kerudung) khususnya pada kalangan pelajar. Banyak opini yang terlontar mengenai perlu atau penting dan tidaknya sebuah kerudung bagi kaum hawa. Kini jilbab tidak hanya dikenakan pada saat menghadiri acara-acara keagamaan saja namun merambah ke berbagai ranah aktivitas kehidupan masyarakat. Saat ini jilbab sudah menjadi pemandangan yang umum kita lihat di ruang-ruang publik. Hampir tidak ada satupun tempat, kalangan atau lembaga yang tidak tersentuh jilbab. Di kantor-kantor, lembaga pemerintahan, rumah sakit, artis, pejabat negara, buruh, pengusaha semua telah tersentuh oleh pemakaian jilbab. Bahkan jilbab juga mamasuki ranah pendidikan mulai dari Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas dan Perguruan Tinggi.

Dalam pemakaian jilbab terlihat peningkatan pemakaian jilbab oleh siswi dari berbagai sekolah di wilayah Tanjabtim, seperti di SMA Negeri 1 Tanjabtim sudah banyak siswinya yang mengenakan jilbab pada waktu sekolah. Di SMA Negeri 1 Tanjabtim peraturan yang mengharuskan siswinya mengenakan jilbab pada waktu sekolah. Setiap siswi bebas mengenakan pakaiannya di sekolah, dalam arti bebas untuk berjilbab atau tidak berjilbab. Namun, karena banyaknya siswi yang mengenakan jilbab di sekolah maka sekolah menganjurkan pemakaian jilbab secara seragam. Jilbab seragam ini berupa warna jilbab yang disesuaikan dengan pakaian seragam yang mereka kenakan sesuai jadwal pemakaian seragam sekolah. Untuk warna harus polos, tidak boleh ada renda atau payet. Bentuk jilbab segi empat dan jilbab langsung (jilbab yang langsung pakai).

Meskipun penggunaan jilbab agama Islam, penggunaan jilbab yang dilakukan oleh para siswi sesuai dengan aturan-aturan penggunaan Islam. Banyak dijumpai para siswi yang menggunakan jilbab tak sesuai dengan aturan agama, misalnya menggunakan jilbab hanya sampai di atas dada atau tidak menutupi bagian dada. Selain itu jilbab yang digunakan terlihat tipis atau menerawang. Seperti halnya dalam trend pemakaian jilbab di SMA Negeri 1 Tanjabtim, meskipun sekolah tersebut bukan sekolah berbasis agama Islam, pada umumnya siswinya memakai jilbab tidak dipakai setiap hari, namun hanya dipakai pada saat di sekolah saja. Di luar lingkungan sekolah mereka sudah melepas jilbab, sehingga terkesan bahwa jilbab hanya sebagai media mempercantik diri. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS PENGGUNAAN HIJAB TERHADAP KALANGAN MILENIAL ”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu pendekatan yang melihat fenomena-fenomena yang terjadi di kehidupan masyarakat dan meneliti tentang masalah-masalah sosial yang terjadi di masyarakat. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri

dari data primer, yaitu data yang diperoleh melalui wawancara dengan narasumber guru dan siswi, dan data sekunder yaitu data pendukung berupa arsip dan dokumen dari sekolah. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik purposive sampling. Sedangkan teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam menguji validitas data, peneliti menggunakan metode triangulasi sumber data dan triangulasi metode. Tahapan analisis interaktif penelitian ini yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

HASIL DAN PEMAHASAN

1. Jilbab Sebagai Identitas Keagamaan

Jilbab merupakan pakaian penutup aurat bagi kaum hawa yang beragama Islam. Jilbab yang dikenakan oleh seseorang dapat menjadi cerminan diri dari pemakainya. Jilbab juga dapat mencerminkan status sosial serta karakter seseorang. Dari jilbab yang dikenakan kita dapat melihat seseorang tersebut menganut agama apa dan karakter seseorang tersebut seperti apa. Seseorang melihat jilbab akan memiliki pemaknaan yang berbedabeda, seperti yang diungkapkan oleh informan dalam penelitian ini menafsirkan jilbab menjadi beragam diantaranya, sebagai penutup aurat, perlindungan diri, menunjang penampilan, identitas dan cermin kepribadian seseorang. Dari pernyataan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Penutup aurat

Jilbab dikenakan untuk menutupi tubuh terutama bagian-bagian yang tidak seharusnya diperlihatkan kepada lawan jenis.

b. Perlindungan diri

Dengan mengenakan jilbab seseorang akan terlindung dari gangguan binatang, kecelakaan yang tidak terduga, atau bahkan gangguan dari manusia lainnya (lawan jenis).

c. Penunjang Penampilan

Jilbab dapat digunakan untuk menunjang penampilan seseorang agar terlihat indah, anggun dan lebih menarik sehingga dapat menambah rasa percaya diri dan rasa nyaman.

d. Cermin kepribadian

Jilbab dapat digunakan untuk mengartikan kepribadian seseorang. Orang yang religius biasanya mengenakan jilbab yang lebih besar dan lebar. Orang yang ceria biasanya suka memakai jilbab yang warnawarni dan mencolok.

e. Identitas

Identitas merupakan suatu ciri atau sifat khas dari sesuatu yang membedakannya dengan yang lainnya. Menurut Atwater (1987) adalah keseluruhan gambaran diri, yang meliputi persepsi seseorang tentang diri, perasaan, keyakinan, dan nilai-nilai yang berhubungan.

Dipandang melalui ekspresi dari berbagai bentuk representasi yang dapat dikenali oleh orang lain dan kita sendiri. Identitas bisa dimaknai dari berbagai latar belakang misalnya cultural, gender, profesi, negara dan juga pakaian yang dikenakan. Identitas dibagi mejadi dua, yaitu identitas personal dan identitas sosial. Pada identitas personal atau identitas diri, seseorang akan mendefinisikan dirinya berdasarkan atribut atau trait yang membedakan dirinya dengan orang lain. Sedangkan pada identitas sosial, seseorang akan mendefinisikan dirinya berdasarkan keanggotaan dalam suatu kelompok sosial. Seorang siswi akan mendefinisikan dirinya sebagai muslimah, sehingga ia akan mematuhi peraturan yang ada, misalnya: mengenakan jilbab yang sesuai dengan ajaran agama Islam.

Menurut Weber (George Ritzer, 2010 : 137) bahwa tindakan sosial dibagi menjadi 4, yaitu yang pertama, adalah rasionalitas sarana-tujuan, atau tindakan yang ditentukan oleh

harapan terhadap perilaku objek dalam lingkungan dan perilaku manusia lain; harapan ± harapan ini digunakan sebagai syarat atau sarana untuk mencapai tujuan ± tujuan actor lewat upaya dan perhitungan yang rasional.

Yang kedua adalah rasionalitas nilai, atau tindakan yang ditentukan oleh keyakinan penuh kesadaran akan nilai perilaku ± perilaku etis, estetis, religious atau bentuk perilaku lain, yang terlepas dari prospek keberhasilannya. Yang ketiga, tindakan afektual ditentukan oleh kondisi emosi actor.

Keempat, tindakan tradisional ditentukan oleh cara bertindak actor yang biasa dan telah lazim dilakukan. Dalam penelitian ini alasan pemakaian jilbab oleh para siswi di SMA Negeri 1 Tanjabtim lebih dominan karena alasan rasionalitas nilai, mereka menganggap bahwa berjilbab merupakan perintah dari agama yang mereka anut (Islam) yang harus dijalankan dengan keyakinan penuh kesadaran akan nilai yang mereka anut.

Dari penjelasan di atas dapat dilihat bahwa pengertian jilbab sebagai identitas keagamaan dapat dikelompokkan menjadi wujud simbol identitas yang konkrit dan abstrak.

a) Pengertian wujud simbol identitas

konkrit Jilbab sebagai simbol identitas yang konkrit dapat dilihat dari model jilbab yang dikenakan oleh siswi. Siswi yang mengenakan jilbab yang besar, lebar dan menutup sampai mengenakan pakaian yang tidak ketat bisa dikatakan sebagai orang yang religius. Seorang siswi yang mengenakan jilbab biasa saja (tidak orang yang religius dan mungkin saja hanya mengikuti trend yang sedang marak di lingkungan sosial mereka.

b) Pengertian wujud simbol identitas

Abstrak Jilbab sebagai simbol identitas yang abstrak bisa dilihat bahwa pada dasarnya berjilbab itu merupakan kewajiban setiap muslimah untuk menutup auratnya. Sehingga bisa dikatakan bahwa siswi yang mengenakan jilbab itu merupakan siswi yang beragama Islam (muslimah)

2. Pemakaian Jilbab Sebagai Tindakan Sosial

Ketika individu memutuskan untuk mengenakan jilbab maka akan ada beberapa alasan yang melatarbelakangi individu tersebut untuk mengenakan jilbabnya. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap para siswi menunjukkan bahwa terdapat keberagaman alasan dalam pemakaian jilbab di kalangan siswi SMA Negeri 1 Tanjabtim.

Alasan dari pemakaian jilbab tersebut bermacam - macam yang bersifat internal dan eksternal. Alasan ± alasan tersebut antara lain karena adanya kesadaran syariat beragama, untuk menunjang penampilan, adanya dorongan dari lingkungan sekitar seperti orang tua, teman dan guru serta adanya paksaan dari orang tua.

Meskipun sebagian besar siswi di SMA Negeri 1 Tanjabtim telah mengenakan jilbab di sekolah, akan tetapi peneliti juga menemukan keragaman dari model jilbab sebagai akibat adanya keragaman alasan dalam pemakaian jilbab oleh para siswi. Alasan dalam mengenakan jilbab sangat berpengaruh dalam model jilbab yang dikenakan oleh para siswi dalam kehidupan sehari ± hari sehingga melahirkan adanya pengelompokan atau klasifikasi model jilbab di kalangan para siswi.

Pemakaian jilbab di SMA Negeri 1 Tanjabtim bukan merupakan hal yang wajib atau diharuskan bagi siswi yang beragama Islam tetapi hal demikian merupakan sebuah anjuran dimana siswa memiliki kebebasan memilih untuk mengenakan jilbab atau tidak. Beberapa subyek penelitian mengemukakan alasannya dalam mengenakan jilbab. Alasan yang bersifat internal atau berasal dari dalam diri sendiri biasanya dilakukan karena adanya kesadaran yang muncul dari dalam diri sendiri.

Pemakaian jilbab dilakukan dengan cara ± cara yang sesuai dengan perintah agama.

Bagi mereka, pemakaian jilbab dilakukan untuk menjalankan perintah agama, bukan untuk mengikuti tren mode jilbab masa kini atau hanya sekedar ikut \pm ikut teman untuk berjilbab. Kesadaran mereka tentang hal tersebut berpengaruh terhadap bagaimana cara mereka mengenakan jilbab.

Para pengguna jilbab ini tidak terlalu terpengaruh oleh mode jilbab yang sedang menjadi tren pada saat itu karena mereka hanya menggunakan jilbab sederhana yang dapat menutup aurat mereka. Dalam kehidupan sehari \pm hari, para siswi yang mengenakan jilbab dengan alasan untuk mengikuti syariat agama, akan selalu senantiasa untuk menutup auratnya atau menggunakan jilbabnya setiap hari dimanapun mereka berada, baik di sekolah, di rumah maupun di lingkungan tempat mereka tinggal sehingga jilbab menjadi bagian dari hidup mereka. Bagi mereka, syariat agama merupakan aturan atau nilai dan norma yang harus dipatuhi oleh mereka dalam kehidupan sehari \pm hari sebagai seorang perempuan yang memeluk agama (Islam).

Tindakan yang dilakukan oleh para siswi tersebut dikarenakan adanya keinginan untuk berperilaku sesuai dengan nilai dan norma yang dianutnya. Pemakaian jilbab merupakan sebuah tindakan sosial yang dilakukan oleh individu, tindakan tersebut dapat dijelaskan dengan menggunakan teori tindakan sosial yang dikemukakan oleh Max Weber. Dalam fenomena tersebut, pemakaian jilbab oleh para siswi dapat dijelaskan menggunakan konsep tindakan rasionalitas nilai. Tindakan para siswi dalam mengenakan jilbab didasarkan pada adanya nilai \pm nilai tertentu yang dianut oleh para siswi tersebut. Menggunakan jilbab merupakan suatu nilai yang bersifat religious karena didasarkan pada syariat atau ajaran agama Islam.

3. Sejarah Hijab Sebelum Indonesia Merdeka dan Saat Awal-Awal Merdeka

Sejarah mengenai lahirnya jilbab dan siapa Muslimah yang pertama kali memakai jilbab di Indonesia belum diketahui secara pasti, ranah mengenai sejarah pasti lahirnya dan perkembangan jilbab di Indonesia juga belum banyak diungkap dan tidak banyak menjadi perhatian para sejarawan, peneliti sejarah ataupun mereka yang mengaku sebagai jilbabers dan desainer jilbab itu sendiri.

Padahal, jika sejarah tersebut mau dikaji lebih dalam lagi akan ditemukan nama-nama mujahidah antara lain Tengku Fakinah dari Aceh dan Opu Daeng Siradju dari Sulawesi Selatan, selain Hajjah Rangkayo (H.R) Rasuna Said, Rahmah El Yunusiyah, Cut Nyak Dhien dan Nyai Ahmad Dahlan. Mereka yang disebut ini adalah pejuang muslimah pada masanya dan berjuang dengan jilbabnya.

Pada tahun-tahun itu terjadi pelarangan menggunakan jilbab di Indonesia, yaitu ketika Departemen Pendidikan dan Kebudayaan mengeluarkan peraturan untuk melarang semua siswi Muslim mengenakan jilbab ke sekolah. Karena pada saat itu Depdikbud mengeluarkan peraturan tentang seragam sekolah nasional yang menyebabkan para siswi tidak bisa menggunakan jilbab. Namun, peraturan tersebut tidak memadamkan semangat para wanita Muslim untuk berjilbab. Pada masa ini jilbab yang digunakan dibentuk menyerupai jilbab segitiga atau hanya ditaruh di atas kepala.

Sumber tertulis mengenai sejarah jilbab Indonesia sebelum abad 20 memang masih belum banyak ditemukan, namun peneliti asal Prancis Denys Lombard, meletakkan sebuah ilustrasi menarik berjudul 'an Achein woman', seorang wanita Aceh dengan baju panjang dan jilbab tertutup rapat dalam bukunya 'Kerajaan Aceh Jaman Sultan Iskandar Muda (1607-1636)'. Ilustrasi pakaian wanita Aceh tersebut ia ambil dari naskah Peter Mundy pada tahun 1637 atau empat tahun sebelum pemerintahan Sultanah Tajul Alam Safiatuddin Syah pada tahun 1641. Ini artinya, perempuan Aceh sejak abad ke 17 sudah menutup auratnya.

Selain pakaian masyarakat biasa, jilbab juga menjadi pakaian dalam kesultanan,

buku yang ditulis oleh Sejarawan, Muhammad Ali Hasjmi (M.A. Hasjmi) berjudul “59 Tahun Aceh Merdeka Dibawah Pemerintahan Ratu” pada halaman 206, juga memperkuat ilustrasi dalam buku Denys Lombard.

Hasjmi menerangkan, dalam tahun 1092 H atau 1681 M (menurut catatan Muham-mad Said tahun 1683 M), rombongan Syarif Mekkah ketika mendapat kesempatan menghadap Sultanah Zakiatuddin Inayat Syah, dan keheranan mereka jadi bertambah setelah sebelumnya terkagum-kagum melihat Banda Aceh yang cantik dan permai, dimana mereka dapati tentara pengawal istana terdiri dari prajurit-prajurit wanita yang semuanya mengendarai kuda. Pakaian dan hiasan kuda-kuda itu dari emas, suasa dan perak. Tingkah laku pasukan kehormatan dan pakaian mereka cukup sopan, tidak ada yang menyalahi peraturan Agama Islam.

Tidak hanya itu, sumber lain mengenai jilbab Indonesia sebelum abad 20 juga ditemukan di situs media Koninklijk Instituut voor Taal-, Land- en Volkenkunde atau KITLV, sebuah Institut Linguistik dan Antropologi yang dibangun atas kerjasama pemerintah Belanda dengan pemerintah Aceh. Dalam foto berjudul *Vrouwen behonderende bij het sultanaat te Koetaradja* atau terdapat seorang perempuan kesultanan Kutaradja dengan baju panjang dan selendang yang menutupi kepalanya, foto tersebut diambil sekitar tahun 1903 atau satu abad setelah berakhirnya Kerajaan Aceh Darussalam pada abad 19

4. Trend Hijab di Indonesia dari Masa ke Masa

Perkembangan fasion hijab di Indonesia sangatlah bagus. Mulai dari zaman ibu kita dulu dan sampai saat ini mengalami perkembangan yang pesat. Tren hijab dari masa ke masa yang pertama yaitu model khasidah nidaria. Model hijab pada masa ibu kita ini, model hijab ada yang semacam peci. Trend hijab ini pada tahun 2000an. Banyak orang mengenakannya karena memang dulu mereka mengikuti tokoh khasidah yang mereka suka, dalam hal berhijab. Masih banyak sekali trend hijab dari masa ke masa seperti; Model Kerudung Anak SD, Model Kerudung Tanpa Pet, Model Kerudung Dengan Menggunakan Pet, Model Hijab seperti artis Indonesia yaitu Dian Pelangi, Model Hijab Turban, Model Hijab Instan ala Zaskia, Model Hijab Tumpuk, Model Pashmina, dan Model Hijab Syar’I, dll.

Seiring perkembangan zaman fashion hijab semakin berkembang dan muncul desainer-desainer hijab yang semakin banyak dimulai dari desainer yang tadinya bukan desainer hijab hingga artis Indonesia yang masuk ke dalam dunia fashion dan menjadi desainer hijab. Semakin banyak wanita muslimah yang memakai hijab dimulai dari remaja hingga dewasa dan tidak jarang anak anak kecilpun juga. Karena sekarang dengan memakai hijab sudah tidak ada lagi kesan jadul atau tidak modis

KESIMPULAN

Berdasarkan seluruh pembahasan yang ada di dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai fenomena jilbab sebagai identitas diri, alasan siswi memakai jilbab dan dampak pemakaian jilbab oleh siswi sebagai berikut:

1. Alasan pemakaian jilbab bagi siswi Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat keberagaman alasan pemakaian jilbab di kalangan siswi kelas XI di SMA Negeri 1 Tanjabtim. Siswi - siswi memakai jilbab tersebut mengenakan jilbab dengan alasan adanya motivasi dari lingkungan sekitar, untuk menunjang penampilan, dan karena adanya paksaan dari orang tua.

2. Dampak pemakaian jilbab bagi para siswi Pemakaian jilbab bagi para siswi kelas XI di SMA Negeri 1 Tanjabtim membawa beberapa dampak. Adapun dampak positif adalah adanya pembentukan identitas diri bagi siswi yang memakai jilbab sebagai perempuan yang alim, terhormat dan mulia, jilbab juga dapat memberikan ketenangan bagi

para siswi, para siswi juga akan mendapatkan nilai tambahan dalam mata pelajaran agama Islam. Sedangkan dampak negatif adalah masih ada beberapa siswi yang menggunakan jilbab tanpa memandang syariat agama, penggunaan jilbab, penggunaan jilbab tidak sepenuhnya dapat mengembangkan keaktifan siswi dalam organisasi keagamaan yang ada di sekolah (ROHIS)

Saran

Dari hasil temuan data dan analisis terhadap alasan pemakaian jilbab dan dampak pemakaian jilbab bagi para siswi kelas XI SMA Negeri 1 Tanjabt看, terdapat beberapa hal yang dapat dijadikan masukan yaitu sebagai berikut:

1. Bagi siswi pemakai jilbab

Apapun alasan atau motivasi pemakaian jilbab oleh para siswi, hendaknya pemakaian jilbab dilakukan dengan cara yang benar sesuai dengan dengan peraturan sekolah.

2. Bagi sekolah

Sekolah diharapkan melakukan sosialisasi terkait penggunaan jilbab yang benar sesuai dengan peraturan sekolah dan sesuai melakukan pengawasan terhadap siswa-siswi di lingkungan sekolah.

3. Bagi masyarakat

Masyarakat sebaiknya melihat antusiasme oleh para siswi untuk mengenakan jilbab ini sebagai hal yang positif. Fenomena pemakaian jilbab di kalangan pelajar yang menjadi identitas diri untuk melihat sisi positif dari pemakaian jilbab yang dikenakan sebagai identitas diri.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ghifari. (2005). Kudung Gaul (Berjilbab Tapi Telanjang). Bandung : Mujahid
- Barnard, Malcolm. (1996). Fashion sebagai Komunikasi : Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas dan Gender. Bandung : Jalasutra
- Bungin, Burhan. (2003). Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta : PT Grafindo Persada
- Bungin, Burhan. (2005). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Jakarta : Kencana
- Calvin, S. Hall & Gardner, Lindzey. (1993). Psikologi Kepribadian. Yogyakarta : Kanisius
- Cobb, J. Nancy. (2001). Adolence : Continuity, Change and Diversity. California : Mayfield
- Desmita. (2013). Psikologi Perkembangan. Bandung : PT Remaja Rosdakarya Universitas Sebelas Maret, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. (2012).
- Detty Widiastuti. (2010). Konstruksi Sosial Pemakaian Jilbab. <http://unib.ac.id/koleksi/Detty%20WAbstrak%20FISIP%20Agust.2010.pdf>. Diakses pada tanggal 15 Februari 2015
- <http://septakampang.blogspot.com/2006/01/fenomena-jilbab-dikalangan-remaja.html> Diakses pada tanggal 12 Februari 2015)

Analisis Sistem Pengendalian Internal Atas Piutang Pada PT. Cita Rasa

¹ Imada Phyto Rhyzzoma, ²Nanik Kustiningsih

¹⁻²Jurusan Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika

Article history

Received: 08-05-2021

Revised: 24-06-2021

Accepted: 03-07-2021

*Corresponding Author:

Imada Phyto Rhyzzoma,

Nanik Kustiningsih

Jurusan Akuntansi

Sekolah Tinggi Ilmu

Ekonomi Mahardhika

Email:

Imadaphytorhy.29@gmail.com,

Nanik@stiemahardhika.ac.id

Nanik@stiemahardhika.ac.id

Abstrak: Semakin tahun bertambah usaha dagang di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup baik dan tentu hal ini membuat beberapa hal harus mendapatkan pengendalian yang cukup baik salah satunya dalam hal pengendalian internal terhadap piutang, agar tidak terjadi hal – hal yang membuat perusahaan mengalami kerugian, penelitian ini membahas tentang pengendalian piutang di PT. Cita Rasa dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dimana setelah dilakukannya penelitian mendapatkan hasil penelitian bahwa PT. Cita Rasa memiliki sistem pengendalian piutang yang baik sesuai dengan COSO namun masih ada beberapa hal yang sebaiknya harus diperbaiki dan disempurnakan

Kata Kunci : Pengendalian Intern Piutang, Piutang Tak Tertagih, Piutang Usaha

PENDAHULUAN

Semakin tahun bertambah maka semakin maju dan berkembang pula perdagangan di Indonesia, dan tentu hal ini membuat tingkat persaingan usaha menjadi lebih kompetitif dan susah karena banyak kompetitor – kompetitor baru yang bermunculan dengan membawa inovasi – inovasi baru mereka, dengan mengembangkan inovasi – inovasi yang ada dan meningkatkan kinerja dalam berbisnis diharapkan dapat mengoptimalkan biaya perusahaan (Nanik Kustiningsih dan Bambang Tjahjadi 2020).

Tentu hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan untuk dapat eksis dan tetap bertahan menjalankan usahanya di dalam persaingan bisnis yang cukup ketat, dan untuk mempertahankan kelangsungan usahanya, mereka di haruskan dapat melangsungkan penjualan produk dengan baik agar dapat membayar biaya – biaya operasional perusahaan dan mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan tersebut, di dalam melangsungkan penjualan biasanya perusahaan menerima pembayaran baik secara tunai maupun dengan kredit ber TOP (*Term of Payment*) dan jika terjadi pembayaran secara kredit, tentu hal ini akan menimbulkan piutang dalam perusahaan dan hutang bagi konsumen atau pembeli, piutang yang terjadi jika tidak di kontrol dengan baik maka akan menimbulkan keterlambatan pembayaran, kredit macet, bahkan yang lebih parahnya piutang tersebut tidak dapat tertagih, untuk itu maka diperlukanya sistem pengendalian atas piutang untuk meminimalisir piutang tak tertagih yang menyebabkan kerugian dalam perusahaan, PT. Cita Rasa adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang seasoning yang menyediakan beragam seasoning yang inovatif sesuai dengan permintaan konsumen dan peka akan kebutuhan pasar.

TINJAUAN LITERATUR

Piutang dagang

Piutang dagang adalah persetujuan antara penjual dan pembeli dalam urusan kredit penjualan barang atau jasa dengan akad perjanjian pembayaran yang sudah ditentukan,

dalam periode tertentu yang sudah disetujui kedua belah pihak dengan beberapa berkas pendukung seperti nota penjualan (K. Fred Skousen dan Jay M. Smith 1987). Piutang dagang adalah kewajiban yang harus dibayarkan kepada pihak yang bersangkutan jika tengat waktu yang telah ditentukan sudah datang (M. Munandar 2006).

Patokan dalam penjualan kredit perlu dilakukan perusahaan untuk menilai kelayakan pemohon kredit apakah sudah sesuai dengan standart dan dapat di terima oleh perusahaan , patokan kredit perlu dilakukan guna meningkatkan penjualan secara kredit dengan mengantisipasi kredit macet atau bahkan piutang tak terbayar.

Beberapa patokan yang perlu dilakukan jika akan melakukan pejualan secara kredit :

1. Karakter

Untuk melakukan penilaian kepada pelanggan seberapa jujur mereka untuk membayarkan kewajibannya.

2. Kapasitas

Untuk melakukan penilaian seberapa besar kapasitas mereka dalam membayarkan kewajibannya.

3. Modal

Untuk menilai kondisi keuangan pelanggan.

4. Jaminan

Untuk menilai jaminan apa yang bisa digunakan agar mendukung kekuatan pelanggan seandainya jika tidak dapat membayarkan kewajibannya.

5. Kondisi

Untuk menilai kondisi agar dapat memberikan patokan kredit yang tepat agar perusahaan mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin dan meminimalisir kerugian yang ada.

Sistem Pengendalian Internal

Pengendalian internal adalah strategi dan perencanaan suatu organisasi yang dilakukan untuk mengamankan kekayaan, mendorong efisiensi, memastikan karyawan mengikuti ketentuan perusahaan dan memastikan laporan akuntansi yang dapat dipertanggung jawabkan keakuratannya (Horngren 2009), Pengendalian internal adalah suatu bagan organisasi, tata cara dan patokan yang telah di standarkan untuk mengamankan aktiva, memastikan data akuntansi sudah akurat, meningkatkan efisiensi dan mendorong di taatinya peraturan peraturan manajemen (Mulyadi 2013).

Komponen Komponen pada COSO :

1. Lingkungan pengendalian

Lingkungan pengendalian meliputi perilaku manajemen dan karyawan, beberapa hal yang mencakup didalamnya adalah aturan atau kebijakan manajemen, cara menjalankan manajemen tersebut dan susunan organisasi yang berlaku.

2. Penilaian Resiko

Penilaian resiko perlu dilakukan guna mengevaluasi serta mengantisipasi resiko yang ada untuk merencanakan tindakan – tindakan untuk menangani resiko yang ada dimasa mendatang.

3. Prosedur Pengendalian

Prosedur pengendalian bertujuan untuk memberikan batasan – batasan dalam proses kerja guna dapat mengevaluasi kinerja agar tercapai tujuan yang telah ditentukan dan meminimalisir terjadinya *fraud*.

4. Komunikasi dan Informasi

Komunikasi dan informasi yaitu aspek - aspek yang sangat penting dalam manajemen perusahaan, informasi bukan hanya untuk pihak internal saja tetapi juga pihak

eksternal, dan hal ini tentu saja membutuhkan informasi yang akurat dan komunikasi yang baik agar semuanya dapat dipantau dan dilakukan penilaian dengan baik.

5. Pemantauan

Pemantau dilakukan agar dapat mengontrol kinerja karyawan apakah sudah sesuai dengan prosedur - prosedur yang berlaku dan selaras dengan tujuan yang ingin dicapai.

Dalam penelitian ini, ada beberapa penelitian terdahulu sebagai referensi untuk penelitian ini :

1. Penelitian yang dilakukan Sulasry (2017), tentang sistem pengendalian internal disalah satu pameran mobil di kota Manado menunjukkan hasil bahwa sistem pengendalian internal yang dilakukan di showroom tersebut sudah baik dalam hal lingkungan pengendalian, aktivitas pengendalian, komunikasi, pengawasan dan penentuan resiko tapi kedepannya diharapkan agar showroom ini dapat memberikan inovasi baru dan lebih konsisten agar dapat memberikan jasa perkreditan yang lebih baik pada masyarakat Manado.

2. Penelitian yang dilakukan Tania Azizah (2020), mendapatkan hasil yang kurang baik dimana hasilnya ini menunjukkan bahwa dalam sistem pengendalian internal piutang yang dilakukan PT. Warna Agung Surabaya yang merupakan salah satu produsen cat di Indonesia memiliki pas due piutang yang berumur lebih dari 30 hari hampir sebesar 40% dari kebijakan perusahaan, penerapan kapasitas dan karakter dalam pemberian kredit yang belum baik dan beberapa hal lain seperti kebijakan penagihan yang masih harus menunggu keputusan dari pusat.

3. Penelitian yang dilakukan Natalia (2015), di salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa ekspedisi muatan kapal laut, tetang penerapan pengendalian internal piutang mendapatkan hasil bahwa PT. GIS Memiliki sitem pengendalian piutang yang baik sesuai dengan SPAP (Standar profesional akuntan publik).

4. Penelitian yang dilakukan Handika (2019), tentang cara meminimalisir piutang tak tertagih pada salah satu cab JNE di kota Medan sudah sesuai dengan standar kebijakan perusahaan yang berlaku.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif , yang dimana perlu dikumpulkanya data baik dalam bentuk data primer maupun data sekunder, data - data yang dibutuhkan dikumpulkan baik dengan cara wawancara, dokumentasi mapun observasi, hal ini bertujuan untuk membuat hasil penelitian dapat dijelaskan secara lugas dan terperinci (Winartha, 2006).

HASIL DAN PEMAHASAN

Sistem Pengendalian Internal Piutang

Sistem pengendalian internal piutang dilakukan guna memantau akan piutang yang ada agar dapat mengurangi resiko piutang macet atau bahkan piutang yang tidak dapat tertagih, Pengendalian intern piutang dilakukan agar dapat memantau seberapa baik pengendalian yang ada agar dapat meminimalisir kesalahan yang akan terjadi.

Prosedur dalam melakukan penjualan kredit

Untuk meningkatkan keuntungan dari penjualan perusahaan, seringkali perusahaan melakukan promo - promo untuk meningkatkan penjualan, promo yang pernah dilakukan adalah dengan membeli minimal 10 karton produk seasoning baik kilogram ataupun renteng akan mendapatkan cashback 2 karton gratis (bebas memilih produk), dan ketika promo ini sedang dilakukan tentu membuat angka penjualan pada saat itu mengalami

kenaikan dan hal ini tentu membuat outstanding piutang bertambah yang dimana tentu hal ini membuat pihak control credit harus lebih awas akan piutang para customer agar tidak terjadi kredit macet.

Pengendalian Intern yang dilakukan

Beberapa usaha yang dilakukan perusahaan dalam melakukan pengendalian intern jika terdapat customer baru adalah dengan :

a) Untuk menerima orderan pertama dari customer baru, biasanya tim sales melakukan kunjungan ke toko tersebut guna melihat situasi toko, kondisi toko dan juga meminta beberapa data kelengkapan seperti KTP, NPWP dan KK untuk kelengkapan dokumen yang akan diserahkan pada perusahaan.

b) Pada saat data data kelengkapan pelanggan dan kunjungan toko sudah dilakukan maka pihak manajemen akan memberikan batasan limit piutang untuk toko tersebut sesuai hasil survey dan kebijakan yang berlaku.

Sistem pembayaran dan penagihan

Sistem penagihan dan pembayaran yang berlaku di perusahaan ini adalah dengan metode pembayaran baik secara tunai, transfer maupun dengan giro, uang tunai yang disetorkan tim sales akan di serahkan pada pihak control credit guna mencocokkan nominal setor dengan tagihan yang ada, apakah sudah cocok dan tidak adanya selisih yang terjadi, untuk proses penagihan ada beberapa dokumen yang dikirim baik secara via email atau pos, sebagai penunjang pembayaran atau bukti pembelian barang, beberapa dokumen penunjang tersebut antara lain seperti (faktur, surat Jalan, purchase order dan faktur pajak), pihak control credit akan melakukan penagihan baik via telepon maupun via whatsapp 1 minggu sebelum faktur tersebut jatuh tempo, dan apabila jika faktur tersebut sudah jatuh tempo dan masih belum adanya pembayaran maka pihak control credit akan memberitahukan pada sales agar melakukan follow up pada toko tersebut.

Penanganan piutang tak tertagih

Setelah dilakukan penelitian pada perusahaan ini ada beberapa kasus piutang yang tidak dapat tertagih alasan yang paling sering terjadi adalah terjadinya kebangkrutan pada toko tersebut sehingga tidak dapat membayarnya sesuai dengan tempo yang telah disepakati oleh kedua belah pihak, hal ini menyebabkan barang yang sudah dibeli toko tersebut harus dilakukan penarikan oleh pihak perusahaan, dan jika hasil penarikan barang tersebut belum dapat melunasi kewajibannya maka akan dilaporkan pada pihak manajemen dan menunggu keputusan apakah piutang tersebut akan dihapuskan atau tidak

KESIMPULAN

Jika dari penilaian ini, maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya PT. Cita Rasa sudah melakukan sistem pengendalian intern yang bagus sesuai dengan COSO, akan tetapi sebaiknya jika terdapat piutang yang dibayarkan lebih dari waktu jatuh tempo sebaiknya pelanggan tersebut diberi setidaknya hukuman yang lebih ketat contohnya, diberi denda atau sanksi atas keterlambatan pembayaran piutang tersebut hal ini dilakukan agar mereka jera dan lebih patuh akan peraturan dan untuk piutang yang tidak dapat tertagih sebaiknya dewan direksi memberikan syarat dan kebijakan yang jelas dan tidak berlarut – larut agar dapat membuat piutang tersebut jelas akan diperkarakan pada laporan perdata atau akan dihapuskan piutang tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, T., Rosyafah, S., & Masyhad, M. (2020). Analisis Pengendalian Intern Terhadap Piutang Usaha untuk Meminimalkan Piutang tak Tertagih (Studi Kasus Pada PT. Warna Agung Surabaya). *EkoBis: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 109-116.
- Afifah, N. N., Soebandhi, S., & Wardhana, R. (2015). Analisis Sistem Pengendalian Internal atas Piutang pada PT GIS. *E-Jurnal Spirit Pro Patria*, 1(1).
- Horngren, C. T. (2009). *Cost accounting: A managerial emphasis*, 13/e. Pearson Education India.
- I Made Wirartha. (2006). *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Andi.
- Kustiningsih, N., & Tjahjadi, B. (2020). Mediating effect of business process performance on innovation strategy-cost performance relationship: case study of manufacturing industry in East Java Province, Indonesia. *International Journal of Business Performance Management*, 21(3), 346-362.
- Munandar, M. (2006). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi Empat. BPFE. Yogyakarta.
- Mulyadi. (2013). *Sistem Akuntansi* (3rd ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Smith, J. M., Skousen, K. F., Stice, E. K., & Stice, J. D. (1987). *Intermediate Accounting: Comprehensive Volume*. South-Western Publishing Company.
- Tahumang, S., Ilat, V., & Runtu, T. (2017). Analisis sistem pengendalian internal piutang usaha pada PT. Hasjrat Abadi Toyota cabang Manado. *Going concern: jurnal riset akuntansi*, 12(2).
- Yani, D. H., & Ayu, A. R. (2020). Analisis Pengendalian Intern Piutang dalam Meminimalisasi Piutang Tak Tertagih pada PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang Medan. *CIVITAS: Jurnal Studi Manajemen*, 1(1).

Transekonomika

Akuntansi, Bisnis dan Keuangan

WRITING GUIDELINES FOR TRANSEKONOMIKA

General Instruction for Authors

All manuscripts must be submitted to the TRANSEKONOMIKA JOURNAL Editorial Office via **Online Submission**, where the author registers as an Author and/or is offered as a Reviewer online. If the author has problems with online submissions, please contact the Editorial Office at the following email: **transpublika@gmail.com** or contact Support Contact us via **WhatsApp**

Articles that must contain research results and study results that raise actual and scientific ideas in the fields of Accounting, Economy, Business, Finance and Management. Articles submitted for publication must be articles that have never been published in other scientific Journal. Articles can be written in *Bahasa* or *English* by using good and correct written language rules.

Preparation of manuscripts

Authors should carefully prepare their manuscripts in accordance with the following instructions: (1) All manuscripts should be prepared according to the Publication Manual of the American Psychological Association 7th ed. (American Psychological Association [APA], 2010); (2) Manuscripts should be as concise as possible, yet sufficiently detailed to permit adequate communication and critical review; (3) Consult the APA Publication Manual for specific guidelines regarding the format of the manuscript, abstract, citations and references, tables and figures, and other matters of editorial style, and; (4) Tables and figures should be used only when essential.

Submit the manuscript

Before all of you submit the manuscript, please read carefully and following the information: (1) The manuscript was the result of your own works (original – not plagiarism) and never been published in another journal; (2) The article written in Bahasa and English. Abstract and Keywords clear written in English; (3) Manuscript file must be digital. We suggest for use software Microsoft Office (2010 or above) with extension document (.rtf, .doc, or .docx). -- hard copy submissions are not accepted, and; (4) Document format style: Manuscript type on A4 Margin Left: 2,54 cm, Top: 2.94 cm, Right: 2,54 cm, Bottom: 2.54 cm, header 0,75cm and footer 1,02 with different odd and event ; one column. Operating system Windows 10, Windows 8.1, Windows 8, Windows 7 Service Pack 1, Windows Server 2016, Windows Server 2012 R2, Windows Server 2012, or Windows Server 2008 R2; for body text use one column; single line spacing -- before = 0 and after = 6; black color font, and; use only one space after each word periods. For specific information about technically information about the manuscript content, see the Submission Preparation Checklist and use the **Transekonomika Template**

The structure of manuscripts

- Research Article (Featured Research/Practitioner Research): (a) Title Page, (b) Authors' Names, Affiliations, and contact, (c) Abstract, (d) Keyword(s), (e) Recommended Cite, (f) Introduction,

(g) Method, (h) Results and Discussion, (i) Conclusions, (j) Acknowledgements, and (k) References.

- Article/extensive book reviews/reports review/literature review/conceptual paper: (a) Title Page, (b) Authors' Names, Affiliations, and contact, (c) Abstract, (d) Keyword(s), (e) Recommended Cite, (f) Introduction, (g) Discussion, (h) Conclusions, (i) Acknowledgements, and (j) References.

Title

A title should be the fewest possible words that accurately describe the content of the paper (Center, Bold, 14pt)

Author(s) and Affiliation(s)

Author Name 1 , Author Name 2 , Author Name 3 (11 pt)
1 Affiliation1 (11 pt), 2 Affiliation 2 (11 pt)

Abstract

A well-prepared abstract enables the reader to identify the basic content of a document quickly and accurately, to determine its relevance to their interests, and thus to decide whether to read the document in its entirety. The Abstract should be informative and completely self-explanatory, provide a clear statement of the problem, the proposed approach or solution, and point out major findings and conclusions. The Abstract should be 150 to 250 words in length. The abstract should be written in the past tense. Standard nomenclature should be used and abbreviations should be avoided. No literature should be cited. The keyword list provides the opportunity to add keywords, used by the indexing and abstracting services, in addition to those already present in the title. Judicious use of keywords may increase the ease with which interested parties can locate our article (11 pt).

Keywords: Written in English. Choosing appropriate keywords is important, because these are used for indexing purposes. Please select a maximum of 5 words to enable your manuscript to be more easily identified and cited.

Introduction

The introduction is a little different from the short and concise abstract. The reader needs to know the background to your research and, most importantly, why your research is important in this context. What critical question does your research address? Why should the reader be interested?

The purpose of the Introduction is to stimulate the reader's interest and to provide pertinent background information necessary to understand the rest of the paper. You must summarize the problem to be addressed, give background on the subject, discuss previous research on the topic, and explain *exactly* what the paper will address, why, and how. A good thing to avoid is making your introduction into a mini review. There is a huge amount of literature out there, but as a scientist you should be able to pick out the things that are most relevant to your work and explain why. This shows an editor/reviewer/reader that you really understand your area of research and that you can get straight to the most important issues.

Keep your Introduction to be very concise, well structured, and inclusive of all the information needed to follow the development of your findings. Do not over-burden the reader by making the introduction too long. Get to the key parts other paper sooner rather than later.

Be concise and aware of who will be reading your manuscript and make sure the Introduction is directed to that audience. Move from general to specific; from the problem in the real world to the literature to your research. Last, please avoid to make a sub section in Introduction.

Example of novelty statement or the gap analysis statement in the end of Introduction section (after state of the art of previous research survey):

“..... *(short summary of background)*..... *A few researchers focused on There have been limited studies concerned on Therefore, this research intends to The objectives of this research are*”.

Method

In the *Method* section, you explain *clearly* how you conducted your research order to: (1) enable readers to evaluate the work performed and (2) permit others to replicate your research. You must describe exactly what you did: what and how experiments were run, what, how much, how often, where, when, and why equipment and materials were used. The main consideration is to ensure that enough detail is provided to verify your findings and to enable the replication of the research. You should maintain a balance between brevity (you cannot describe every technical issue) and completeness (you need to give adequate detail so that readers know what happened).

In the social and behavioral sciences, it is important to always provide sufficient information to allow other researchers to adopt or replicate your methodology. This information is particularly important when a new method has been developed or an innovative use of an existing method is utilized. Last, please avoid to make a sub section in Method.

Results and Discussions

The purpose of the Results and Discussion is to state your findings and make a interpretations and/or opinions, explain the implications of your findings, and make suggestions for future research. Its main function is to answer the questions posed in the Introduction, explain how the results support the answers and, how the answers fit in with existing knowledge on the topic. The Discussion is considered the heart of the paper and usually requires several writing attempts.

The discussion will always connect to the introduction by way of the research questions or hypotheses you posed and the literature you reviewed, but it does not simply repeat or rearrange the introduction; the discussion should always explain how your study has moved the reader's understanding of the research problem forward from where you left them at the end of the introduction.

To make your message clear, the discussion should be kept as short as possible while clearly and fully stating, supporting, explaining, and defending your answers and discussing other important and directly relevant issues. Care must be taken to provide commentary and not a reiteration of the results. Side issues should not be included, as these tend to obscure the message.

It is easy to inflate the interpretation of the results. Be careful that your interpretation of the results does not go beyond what is supported by the data. The data are the data: nothing more, nothing less. Please avoid and make over interpretation of the results, unwarranted speculation, inflating the importance of the findings, tangential issues or over-emphasize the impact of your research.

The following components should be covered in discussion: How do your results relate to the original question or objectives outlined in the Introduction section (what/how)? Do you provide interpretation

scientifically for each of your results or findings presented (why)? Are your results consistent with what other investigators have reported (what else)? Or are there any differences?

Work with Graphic:

Figures and tables are the most effective way to present results. Captions should be able to stand alone, such that the figures and tables are understandable without the need to read the entire manuscript. Besides that, the data represented should be easy to interpret.

Conclusions

The conclusion is intended to help the reader understand why your research should matter to them after they have finished reading the paper. A conclusion is not merely a summary of the main topics covered or a re-statement of your research problem, but a synthesis of key points. It is important that the conclusion does not leave the question unanswered.

Conclusions should answer the objectives of the research. Tells how your work advances the field from the present state of knowledge. Without clear Conclusions, reviewers and readers will find it difficult to judge the work, and whether or not it merits publication in the journal. Do not repeat the Abstract, or just list experimental results. Provide a clear scientific justification for your work, and indicate possible applications and extensions. You should also suggest future experiments and/or point out those that are underway.

For most essays, one well-developed paragraph is sufficient for a conclusion, although in some cases, a two or three paragraph conclusion may be required. The another of important things about this section is (1) do not rewrite the abstract; (2) statements with “investigated” or “studied” are not conclusions; (3) do not introduce new arguments, evidence, new ideas, or information unrelated to the topic; (4) do not include evidence (quotations, statistics, etc.) that should be in the body of the paper.

Acknowledgments (if any)

Acknowledge anyone who has helped you with the study, including: Researchers who supplied materials, reagents, or computer programs; anyone who helped with the writing or English, or offered critical comments about the content, or anyone who provided technical help. State why people have been acknowledged and ask their permission. Acknowledge sources of funding, including any grant or reference numbers. Please avoid apologize for doing a poor job of presenting the manuscript. Do not acknowledge one of the authors names.

References

References should follow the style detailed in the **APA 7th** Publication Manual. Make sure that all references mentioned in the text are listed in the reference section and vice versa and that the spelling of author names and years are consistent. Please to not be used footnote or endnote in any format.

We suggest all of you using software ENDNOTE, MENDELEY, ZOTERO, or EASYBIB for easily citation. References should be the most recent and pertinent literature available (about 5-10 years ago). Authors must also carefully follow APA6th Publication Manual guidelines for nondiscriminatory language regarding gender, sexual orientation, racial and ethnic identity, disabilities, and age. In addition, the terms counseling, counselor, and client are preferred, rather than their many synonyms.

Page limitations

The full length of submission manuscript *not more than 8000 words*, or *maximum 20 pages* and *minimum 5 pages*; including references, table and figure (Appendix--Exclude)

Note:

Make sure that the paper is written using the Template.