

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang**

Dewasa ini telah banyak berdiri perusahaan yang berada di wilayah Republik Indonesia dan dapat membantu roda perekonomian negara, salah satunya yaitu perusahaan dagang. Menurut Bahri (2016) Perusahaan dagang adalah perusahaan yang melakukan jual beli barang tanpa merubah bentuk barangnya. Perusahaan membeli suatu produk dan menjualnya kembali sebagai produk yang sama tanpa memprosesnya. Banyak perusahaan dagang yang berkembang di Indonesia dan sangat banyak berkontribusi bagi setiap kalangan usia. Perusahaan ini memberikan dampak positif bagi masyarakat dengan memberikan inovasi terhadap permasalahan, menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan perekonomian dan mendorong inovasi. Hal ini juga merupakan dampak perkembangan yang sangat cepat dan berimplikasi pada perkembangan inovasi serta kecanggihan dalam dunia bisnis yang secara konkrit dialami oleh perusahaan dagang.

Perkembangan suatu usaha didukung dengan kemajuan teknologi yang begitu pesat, dimana media elektronik (laptop, handphone) digunakan sebagai alat untuk mempromosikan produk dan membeli produk, melalui situs web, internet, dan lain-lain. Pada era digital sekarang ini peran teknologi juga sangat bermanfaat bagi perusahaan. Membuat pencatatan keuangan perusahaan tidak perlu menggunakan manual dan beralih peran pembukuan digital, maka peran akuntansi digital membantu memudahkan pengelolaan keuangan dengan pencatatan secara digital yang praktis, dengan demikian

perusahaan dapat mengelola keuangan dengan mudah dan efektif (Mardiono *et al.*, 2023).

Perusahaan yang berkembang sangat pesat di Indonesia membutuhkan proses akuntansi yang tepat untuk mengukur kemajuan, menetapkan target, dan memprioritaskan pekerjaan (Sudibyo *et al.*, 2021). Akuntansi menjadi kunci kesuksesan bagi sebuah perusahaan baik yang baru merintis ataupun sudah sejak lama berdiri. Peran akuntansi dalam perusahaan yaitu mengukur perkembangan usaha, dengan tujuan mengetahui arus operasi perusahaan dan mengetahui bisnis mengalami rugi atau laba. Selain itu, akuntansi perusahaan juga dapat mengatur tata kelola usaha yang baik serta dapat memberikan jaminan jangka waktu panjang untuk keberlangsungan sebuah usaha. Peran akuntansi lainnya melibatkan pemahaman prinsip dan konsep dasar yang digunakan untuk mengelola catatan keuangan perusahaan, pengetahuan dasar akuntansi mencakup hal-hal dasar seperti neraca, laporan laba rugi, metode akrual, serta pengukuran dan pelaporan asset, kewajiban, dan ekuitas. Hal ini merupakan dasar untuk membuat laporan keuangan perusahaan yang akurat, transparan dan bermanfaat bagi pemakai laporan keuangan (Putri *et al.* 2024).

Dalam sebuah perusahaan juga dibutuhkan transparansi keuangan bagi pihak yang berkepentingan dengan tujuan agar dapat membangun kepercayaan antar manajemen serta pihak terkait, dan dapat memperbaiki kinerja perusahaan. Menurut Agoes *et al.*, (2009) transparansi merupakan kewajiban bagi para pengelola untuk menerapkan prinsip keterbukaan dalam proses pengambilan keputusan dan penyampaian informasi. Hal ini mencakup keterbukaan dalam menyampaikan informasi yang harus lengkap,

akurat dan tepat waktu kepada semua pihak yang berkepentingan. Bahkan menjadi hal yang konkrit yang harus direalisasikan oleh perusahaan.

Nusa Tenggara Timur memiliki banyak perusahaan dagang, akan tetapi perusahaan tersebut tidak terlepas dari tantangan dalam menjalankan atau mengembangkan usaha. Hal ini ditandai dengan banyaknya saingan pasar yang mempengaruhi pendapatan perusahaan, saingan pasar baik itu antar sesama perusahaan sejenis, saingan perusahaan dengan minimarket (Alfamart dan Indomaret) serta saingan dengan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Persaingan usaha yang banyak membuat pebisnis harus berpikir kreatif dan inovatif sesuai kebutuhan pasar agar perusahaan mereka tetap bertahan di era digital, seperti yang dialami salah satu perusahaan dagang yakni CV. Super Indo Perkasa.

CV. Super Indo Perkasa merupakan perusahaan rintisan yang berdiri sejak tahun 2021, berlokasi di Jln. Amabi No. 77 Tofa, kec. Maulafa, Kota Kupang, Provinsi Nusa Tenggara Timur. CV. Super Indo Perkasa telah berdiri kurang lebih dua tahun, sejak berdirinya sebuah perusahaan rintisan tidak terlepas dari adanya faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan perusahaan. Ketika dilihat dari sudut pandang akuntansi, perusahaan yang berkembang memiliki orientasi pendapatan yang meningkat dari periode sebelumnya, yang artinya bahwa jika pendapatan dikurangi dengan biaya-biaya akan dapat laba atau keuntungan. Hal ini merupakan siklus meningkatnya pendapatan perusahaan untuk menunjang daya saing dengan usaha lain, baik itu sesama usaha dan juga minimarket (Alfamart dan Indomaret). Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan CV.

Super Indo Perkasa dan daya saing dengan minimarket sebagai penunjang keberhasilan usaha yaitu penentuan Harga Pokok Penjualan (HPP), jam kerja, pemasaran online, dan jarak lokasi.

Harga Pokok Penjualan (HPP) merupakan jumlah pengeluaran dan beban yang dikeluarkan secara langsung maupun tidak langsung untuk menghasilkan produk atau jasa. Menurut Jumingan (2019:32) Harga Pokok Penjualan adalah harga pokok barang yang dibeli oleh perusahaan kemudian di jual kembali dengan harga jual yang tinggi selama satu periode akuntansi. Dengan menentukan Harga Pokok Penjualan dengan tepat maka perusahaan mampu memprediksi laba di masa yang akan datang dan dapat menjadi faktor pesaing dengan minimarket.

Jam kerja merupakan salah satu faktor yang dapat berpengaruh terhadap pendapatan, menurut Yuniarti (2019) Jam kerja adalah faktor penting dalam menjalankan usaha, karena semakin tinggi jam buka usaha maka probabilitas omzet yang diterima akan semakin tinggi juga. Jam operasional suatu bisnis lebih panjang maka peluang untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan dan melakukan banyak transaksi.

Melakukan pemasaran yang efektif juga merupakan indikator dalam memprediksi keberhasilan suatu perusahaan melalui pendapatan. Melakukan pemasaran yang efektif dan kreatif secara online melalui media elektronik juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan suatu perusahaan, pemanfaatan media elektronik juga dapat menjadi indikator daya saing dengan usaha lain. Menurut Nisa *et al.*, (2018) *marketing online* atau

pemasaran online merupakan jenis komunikasi pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan media internet.

Lokasi bisnis juga sangat penting untuk pertumbuhan suatu bisnis. Maka jarak lokasi antar CV. Super Indo Perkasa dan minimarket (Alfamart dan Indomaret) juga merupakan faktor yang mempengaruhi pendapatan dan daya saing suatu usaha. Menurut Wicaksono (2011) faktor jarak adalah faktor yang berhubungan dengan persaingan dengan pedagang yang menjual produk sejenis.

Faktor-faktor yang dijelaskan pada paragraf sebelumnya merupakan substansi perkembangan perusahaan, tantangan tersebut dialami oleh CV. Super Indo Perkasa untuk terus kreatif dan inovasi dalam mengembangkan usaha melalui pengembangan industri dan layanan baik itu secara offline maupun online, sehingga dapat mempertahankan pendapatan atau menambah pendapatan. Persaingan pasar yang terjadi antara CV. Super indo Perkasa dan Minimarket di lihat dari letak lokasi, jenis produk yang ditawarkan serta jam kerja dapat berpengaruh terhadap pendapatan CV. Super Indo Perkasa. Menurut Porter, (2008;292) Daya saing merupakan kemampuan atau keunggulan yang digunakan untuk bersaing pada pasar tertentu, dengan tujuan daya saing diciptakan melalui pengembangan berkelanjutan di semua lini dalam perusahaan. Bila sebuah perusahaan melakukan pengembangan terus menerus akan mampu mengembangkan kinerja.

Karina *et al.*, (2022) menjelaskan bahwa sumbangsi atau kontribusi melalui ekonomi digital yaitu menyumbang sekitar 4% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), pajak bumi dan bangunan, pajak penghasilan (pph)

pada negara dan pada daerah melalui pajak usaha, pajak reklame, pajak parkir serta kontribusi dalam meminimalisir angka pengangguran suatu daerah, penyerapan tenaga kerja, membantu mempromosikan budaya Provinsi Nusa Tenggara Timur dan melakukan CSR (*Corporate Social Responsibility*). Perusahaan swasta yang telah berdiri di suatu wilayah memiliki kewajiban untuk berkontribusi terhadap daerah, berdasarkan Undang-Undang No. 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah. Salah satu bentuk kontribusi yang paling konkrit yakni pajak, Pajak adalah kontribusi wajib pajak kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah dengan tujuan mensejahterakan masyarakat. Dengan demikian sesuai Undang-undang tersebut CV. Super Indo Perkasa yang berdiri di Kota Kupang memiliki tugas dan tanggungjawab dalam memenuhi kontribusinya pada daerah. Selain tanggungjawab sebagai perusahaan untuk berkontribusi pada daerah melalui pajak dan retribusi, perusahaan juga perlu melakukan tanggung jawab sosial melalui gerakan CSR (*Corporate Social Responsibility*) sebagai bentuk etika dalam membangun kinerja jangka panjang. Keberhasilan CSR tidak terlepas dari partisipasi perusahaan, pemerintah dan masyarakat itu sendiri. Menurut Sankat *et al.*, (2002) *Corporate Social Responsibility* diasumsikan sebagai suatu komitmen perusahaan untuk beroperasi secara etis, mematuhi hukum, dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi dan kualitas hidup karyawan beserta keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat secara luas. Hal ini semakin

memperkuat asumsi bahwa perusahaan dagang seperti CV. Super Indo Perkasa wajib berkontribusi terhadap pemerintah daerah.

Beberapa penelitian terdahulu seperti penelitian, Yoga (2021) dalam penelitian Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Warung Tradisional Menghadapi Pesaing Minimarket Di Kecamatan Mengwi. Memberikan asumsi dari hasil penelitian yakni pendapatan (omzet) yang diprediksi oleh jarak, modal, dan jam kerja berpengaruh terhadap pendapatan. Asumsi ini dipertegas lewat penelitian Yanti *et al.*, (2023) dalam penelitian yang berjudul Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Warung Eceran Dalam Menghadapi Minimarket Berjejaring Di Kecamatan Kuta Utara Kabupaten Bandung. Dimana, hasil penelitian menunjukkan bahwa lama usaha, jam kerja, jarak usaha, dan budaya humanisme secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan warung ritel tradisional di minimarket di Kecamatan Kuta Utara Kabupaten Bandung. Lama usaha dan budaya humanisme secara parsial berpengaruh positif terhadap pendapatan warung ritel tradisional di kecamatan kuta utara kabupaten bandung. Jam kerja secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan warung ritel tradisional yang bertransaksi di minimarket di Kecamatan Kuta Utara Kabupaten Bandung. Sedangkan lama usaha secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan warung ritel tradisional yang bertransaksi di minimarket di Kecamatan Kuta Utara Kabupaten Bandung.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan CV. Super Indo Perkasa Dan Daya Saing**

## **Dengan Minimarket Di Era Digital Dan Kontribusi CV. Super Indo Perkasa Dalam Pembangunan Daerah Kota Kupang”.**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang, maka dapat disimpulkan pokok atau inti permasalahannya :

1. Bagaimana kondisi keuangan perusahaan CV. Super Indo Perkasa?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan dan daya saing CV. Super Indo Perkasa dengan minimarket di era digital?
3. Apa saja bentuk kontribusi CV. Super Indo Perkasa dalam pembangunan daerah Kota Kupang?

### **1.3 Tujuan penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kondisi perusahaan CV. Super Top
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi pendapatan dan daya saing CV. Super Indo Perkasa dengan minimarket di era digital
3. Untuk mengetahui bentuk kontribusi CV. Super Indo Perkasa pada pembangunan daerah kota kupang

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis yang diuraikan sebagai berikut:

1. Bagi CV. Super Indo Perkasa

Penelitian ini dapat dijadikan bahan acuan dalam proses perkembangan usaha dan melihat faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan dan daya saing usaha di era digital.

## 2. Bagi Akademik

Penelitian ini Sebagai referensi kepustakaan yang berkaitan dengan pendapatan dan daya saing antara CV. Super Indo Perkasa dan Minimarekt di era digital.

## 3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian sejenis atau sama dan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan.