

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Akuntansi manajemen merupakan elemen penting yang dibutuhkan oleh sebuah perusahaan dalam melaksanakan fungsi perencanaan, pengambilan keputusan pelaksanaan, dan evaluasi perbaikan berkesinambungan dari sebuah program atau produk perusahaan (Karamoy,2017). Program sangat sering dihubungkan dengan merencanakan, mempersiapkan atau mendesain sebuah kerangka atau pola pikir (Mudasir,2012). Perusahaan pasti memiliki program kerja yang sudah direncanakan untuk dilaksanakan di masa mendatang. Dengan adanya program kerja dalam perusahaan maka seluruh anggota perusahaan dapat melakukan pekerjaan mereka sesuai bidang masing – masing yang sudah ditetapkan secara terstruktur juga efektif dan efisien.

Tujuan diadakannya program kerja dalam sebuah perusahaan adalah yang pertama untuk mencapai visi dan misi dengan meningkatkan kinerja kerja seluruh anggota perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan, tujuan kedua adalah untuk memenuhi kebutuhan perusahaan atau organisasi dengan cara membuat strategi yang tepat untuk program kerja yang akan di jalankan, tujuan ketiga adalah untuk membuat seluruh anggota perusahaan bekerja secara terstruktur sesuai dengan bidang dan keahlian masing – masing, sehingga seluruh kegiatan kerja akan berjalan dengan sistematis.

Program kerja memiliki beberapa manfaat bagi perusahaan, yang pertama untuk memunculkan rasa kekeluargaan di lingkungan perusahaan karena program kerja yang telah di sepakati bersama akan dicapai bersama juga, yang kedua untuk memunculkan rasa tanggung jawab terhadap tugas untuk seluruh anggota perusahaan, dengan memiliki rasa tanggung jawab maka setiap anggota perusahaan dapat melakukan setiap tugas yang dimiliki secara optimal dan membantu perusahaan mencapai tujuan. Yang ketiga citra perusahaan semakin maksimal, dengan melihat perusahaan yang beroperasi secara efektif dan efisien maka dapat

memunculkan citra perusahaan yang baik untuk pihak yang berada di luar perusahaan seperti masyarakat , investor , atau *stakeholder* lainnya.

Program kerja tidak hanya diadakan di perusahaan besar saja namun perusahaan kecil bahkan sebuah organisasi pasti memiliki program kerja untuk mencapai tujuan organisasi dan perusahaan secara maksimal. Berdasarkan penjelasan di atas , dan menyesuaikan dengan jaman sekarang , program kerja perusahaan tidak hanya di lakukan secara langsung tetapi juga melalui program *online* melalui *website* atau *socialmedia* yang dapat menarik banyak pelanggan untuk berlangganan atau menjadi pelanggan tetap bagi perusahaan maupun organisasi.

Program kerja secara langsung dilakukan dengan beberapa kegiatan contohnya bakti sosial ke panti asuhan atau yayasan sosial, periksa kesehatan seluruh anggota perusahaan, beasiswa untuk anak yang kurang mampu , dan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dan lain – lain. Program kerja secara *online* dilakukan dengan beberapa kegiatan contohnya memberikan *giveaway* (memberi hadiah atau program secara gratis untuk para pelanggan atau pengikut di *socialmedia*) , mengadakan kuis *online* , seminar *online* dan *challenge online* berupa foto dan video secara periodik dan lain – lain. Menurut Rachman dan Prayitno (2018) menyatakan bahwa pengelolaan usaha yang baik membutuhkan berbagai informasi dan membantu perusahaan mengoptimalkan seluruh potensi yang dimiliki perusahaan terkait dengan kegiatan perusahaan yang mengoptimalkan peran akuntansi manajemen pada perusahaan. Salah satu peran akuntansi manajemen adalah untuk memberikan informasi dan mengatur program kerja yang relevan untuk meningkatkan produktivitas usaha dan mencapai tujuan perusahaan.

Berdasarkan penjelasan tersebut , tentunya program kerja dalam perusahaan memiliki etika bisnis dan beberapa peraturan yang telah ditetapkan untuk ditaati oleh seluruh anggota perusahaan agar seluruh program kerja yang sudah direncanakan dan akan dilaksanakan dapat berjalan dengan baik sehingga tidak timbul pelanggaran – pelanggaran yang menyebabkan masalah berkelanjutan. Etika bisnis merupakan sebuah aturan – aturan yang menegaskan hak , kewajiban , dan larangan sebuah bisnis dalam bertindak yang didapatkan dari aturan yang tertulis maupun tidak tertulis dan ketika suatu bisnis melanggar aturan – aturan tersebut

maka akan dikenakan sanksi langsung maupun tidak langsung (Fahmi, 2013). Dilansir dari Whenweny (2014) menyatakan bahwa terdapat sebuah perusahaan yang tidak menaati etika bisnis yang telah ditetapkan saat menjalani program kerja perusahaan. PT. Megasari Makmur adalah perusahaan yang memproduksi seperti tisu basah, pengharum ruangan dan obat anti-nyamuk yang melanggar dan menyalahi beberapa ketentuan yang tercantum dalam Undang – Undang. Beberapa pasal dalam Undang – Undang Perlindungan Konsumen yang di langgar oleh PT. Megasari Makmur yaitu UU. Pasal 4 Ayat 1 mengenai hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa dan Ayat 3 mengenai hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa, PT Megasari Makmur tidak memberikan penjelasan dalam efek samping penggunaan obat anti-nyamuk “HIT” tentang bagaimana zat – zat yang terkandung dalam produk tersebut. Kemudian, UU Pasal 19 Ayat 1 dimana pelaku usaha harus bertanggungjawab untuk mengganti rugi atas kerusakan dan kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang atau jasa yang dihasilkan dalam Ayat 2 dimana pelaku usaha harus mengganti kerugian tersebut dalam kurun waktu 7 hari setelah tanggal transaksi, PT.Megasari Makmur belum mengganti rugi atas kerusakan dan masalah yang dialami korban selama menggunakan produk obat anti-nyamuk “HIT”.

Penelitian dari Praptiningsih (2014) menyatakan bahwa PT. Maju Jaya Jawa Timur tidak menerapkan etika bisnis perusahaan secara utuh dimana hanya menerapkan etika relativisme dan etika utilitarianisme dalam berbisnis yang menimbulkan beberapa halangan pekerjaan seperti sikap-sikap moral khususnya saling percaya, jujur, adil, dan tanggung jawab. Berdasarkan dari kasus – kasus tersebut, maka diperlukan adanya evaluasi yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk membahas bagaimana menyelesaikan masalah dan mengatur strategi di masa mendatang. Wirawan (2011:7) menyatakan bahwa evaluasi adalah bentuk riset dari pengumpulan, analisis dan penyajian informasi yang memiliki manfaat terhadap objek untuk dinilai dan membandingkan dengan banyak indikator yang menciptakan sebuah hasil untuk dipergunakan sebagai alat pengambilan keputusan. Munthe (2015) menyatakan bahwa evaluasi sebuah program adalah

bagian dari proses untuk mencari, menemukan dan menetapkan sebuah informasi yang akan dipaparkan secara sistematis mengenai perencanaan, penilaian, tujuan, manfaat, efektivitas dan kesesuaian antara suatu masalah dengan tujuan yang sudah ditetapkan. Berdasarkan kasus – kasus sebelumnya dan proses evaluasi program yang ada, maka penulis tertarik untuk menganalisis program kerja yang dilaksanakan dalam sebuah perusahaan untuk disesuaikan terhadap pedoman etika bisnis dan peraturan yang berlaku. Salah satu perusahaan besar yang mempunyai banyak program kerja di dalamnya adalah Herbalife Nutrition dimana seluruh program kerja yang direncanakan, dilaksanakan dan yang akan dievaluasi harus sesuai dengan *guidebook* atau yang disebut dengan Buku Pedoman Etika Bisnis *Herbalife Nutrition*. *Herbalife Nutrition* merupakan perusahaan yang berbasis nutrisi Kesehatan yang didirikan oleh Mark Hughes pada tahun 1980 dan mulai masuk ke pasar Indonesia pada tahun 1988 sampai saat ini. *Herbalife Nutrition* memiliki persebaran kantor hampir di seluruh dunia. *Herbalife Nutrition* memiliki distributor untuk memasarkan setiap produk atau jasa yang disediakan kepada konsumen. Setiap konsumen yang sudah terdaftar sebagai member berhak untuk melakukan bisnis Herbalife secara langsung dan menjadi *Herbalife Independent Distributor* secara resmi. Herbalife Nutrition tidak membiarkan para *Herbalife Independent Distributor* bekerja sendirian tanpa pengarahan dan fasilitas. *Herbalife Nutrition* memberikan pelatihan khusus kepada *Herbalife Nutrition Distributor* secara berkala dari tingkat benua, negara dan kota di seluruh dunia agar para distributor dapat menjalankan bisnisnya dengan baik dan beretika. *Herbalife Nutrition* memiliki kantor internasionalnya di Los Angeles, California, Amerika Serikat. Beberapa kantor *Herbalife Nutrition* yang ada di Indonesia berada di Jakarta, Bogor, Bekasi, Tangerang, Solo, Yogyakarta, Bali, Surabaya, Makassar, Papua, Malang, Pekanbaru, Banjarmasin dan Bandung.

Herbalife Nutrition memiliki beberapa produk dan beberapa program kerja yang akan dilaksanakan dan diberikan kepada para pelanggan *Herbalife Nutrition* untuk mencapai tujuan perusahaan *Herbalife Nutrition* yaitu untuk memperbaiki Kesehatan lewat produk – produk herbal dan bernutrisi yang telah teruji. Beberapa contoh produk *Herbalife Nutrition* antara lain *Formula 1 Nutrition Shake Mix*,

Cell-U-Loss, Personalized Protein Powder, Herbal Tea Concentrate, Herbal Aloe Concentrate, Fiber & Herb, NRG Instant Tea, Mixed Fiber, Herbalifeline, Tri-Shield, Mega Garlic, Niteworks. Selain itu tujuan *Herbalife Nutrition* juga terjawab melalui program kerja mereka untuk mengelola berat badan , menjaga nutrisi tubuh , perawatan kulit yang maksimal dan stamina tubuh yang maksimal. Salah satu program besar di dalam *Herbalife Nutrition* adalah *Transformation Program* yang terdiri dari banyak kegiatan dan aktivitas yang disediakan perusahaan *Herbalife Nutrition* untuk para pelanggan mereka. Beberapa contoh kegiatan dalam *Transformation Program* adalah Bongkar Lemak , Analisa Tubuh , Transformasi Berat , *Body Transformation* , *Workout Class* , *Morning Class*, dan banyak lainnya.

Herbalife Nutrition tidak hanya mengadakan program kerja secara langsung saja tetapi juga mengadakan program kerja secara *online* melalui *socialmedia* dan *website* sehingga banyak pelanggan *Herbalife Nutrition* tidak harus datang secara fisik untuk membeli produk atau melakukan program kegiatan perusahaan. Beberapa kegiatan *Herbalife Nutrition* yang diadakan secara *online* adalah Seminar Kesehatan , Webinar Nutrisi , *Workout Online*, dan banyak kegiatan lainnya. Menurut Nisa dan Suyanto (2018) menyatakan bahwa Kegiatan perusahaan yang dilakukan secara *online* dan secara langsung dapat memperluas pemasaran dan mengembangkan produk perusahaan. Pedoman Perilaku Bisnis dan Etika Perusahaan *Herbalife Nutrition* mengatur pedoman *socialmedia* untuk tidak menggunakan alat elektronik mengatasnamakan perusahaan saat mengunggah di situs *socialmedia* , tidak melibatkan diri dalam diskusi publik dan membuat komentar yang dapat dianggap sebagai opini perusahaan , tidak membocorkan informasi rahasia atau hak milik mengenai *Herbalife Nutrition* , bersikap profesional dalam pemilihan kata dan menghormati pendapat orang lain serta memberikan orang lain untuk berbicara .

Pada halaman 18 Pedoman Perilaku Bisnis dan Etika Perusahaan *Herbalife Nutrition* mengatur bahwa perusahaan melakukan kegiatan operasional di seluruh dunia harus bertujuan untuk menjaga lingkungan alam , tidak melakukan atau menyembunyikan kegiatan perusahaan yang melanggar hukum lingkungan. Kegiatan *Herbalife Nutrition* secara ketat melarang segala bentuk penipuan ,

penyuapan dan korupsi seperti penyesatan secara sengaja, pencurian informasi untuk kepentingan pribadi, pencurian uang tunai, cek atau property (memanipulasi catatan akuntansi), penyuapan dan penyogokan dalam bentuk uang, biaya, komisi, kredit, hadiah dan bantuan apapun secara langsung maupun tidak langsung yang diberikan sebagai imbalan atas perlakuan yang menguntungkan.

Pedoman Perilaku Bisnis dan Etika Perusahaan *Herbalife Nutrition* halaman 19 juga mengatur *Herbalife Nutrition* melarang seluruh anggota perusahaan untuk memberikan hadiah berupa uang, hadiah, atau bentuk apapun yang secara wajar dapat di maknai memiliki tujuan yang tidak pantas kepada pejabat pemerintah, dan atau badan milik pemerintah. Dan seluruh kegiatan perusahaan *Herbalife Nutrition* harus melakukan *lobby* dari waktu ke waktu secara periodik bersama Departemen Hukum untuk memastikan perusahaan mengikuti semua pelaporan yang dibutuhkan. Salah satu program kerja *Herbalife Nutrition* yang memberikan hadiah kepada pelanggan adalah Bongkar Lemak. Bongkar Lemak adalah salah satu program kerja yang disediakan bagi setiap pelanggan *Herbalife Nutrition* untuk menurunkan lemak atau berat badan selama waktu yang ditentukan misalnya dua minggu bagi pelanggan yang dapat menurunkan berat badan dengan perhitungan yang paling tinggi akan mendapatkan hadiah berupa uang atau hadiah barang.

Penelitian dari Rahardjo (2008) menyatakan bahwa dengan adanya program kegiatan dalam perusahaan mengakibatkan terjadinya peningkatan produktivitas kerja karyawan dan meningkatkan jumlah konsumen dalam perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas penulis tertarik untuk menganalisis program kerja perusahaan yang ada di TR-t Center Herbalife Malang. TR-T Center Herbalife Nutrition Malang adalah *Fit Club* yang memiliki komunitas sehat untuk mendampingi konsumen memiliki pola hidup yang lebih sehat dan aktif. Beberapa contoh program kerja yang sudah dilaksanakan adalah Bongkar Lemak, *Morning Class*, *Workout Class*, *Healthy Breakfast*, dan banyak lainnya. TR-t Center Herbalife Malang juga memiliki fasilitas yang disediakan untuk para konsumen berupa ruangan untuk *workout class*, ruangan untuk *morning class*, ruangan untuk senam bersama dan masih banyak lainnya. TR-t Center Herbalife melaksanakan program tersebut secara langsung di tempat atau bisa disebut dengan *Nutrition*

Center (NC) bersama dengan pelanggan dan juga secara *online* melalui media sosial *Instagram*.

Peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana TR-t Center Herbalife Nutrition Malang mengatur seluruh program kerja perusahaan mereka secara langsung dan *online* dan menganalisis apakah program yang di laksanakan sudah sesuai dengan Pedoman Perilaku Bisnis dan Etika Perusahaan *Herbalife Nutrition* atau tidak. Peneliti juga menggunakan *Intsagram* sebagai alat ukur program kerja secara *online* sebagaimana *Instagram* adalah media sosial yang digunakan dalam melaksanakan program kerja perusahaan. Dengan demikian diharapkan dari penelitian ini dapat menambah wawasan dari seluruh anggota perusahaan TR-t Center Herbalife Nutrition Malang terkait dengan seluruh program kerja untuk mencapai tujuan perusahaan yang maksimal. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul **Analisis Kegiatan Program TRT (*Transformation Team*) secara langsung dan *online* studi kasus pada TR-t Center Herbalife Malang.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas , maka fokus permasalahan pada penelitian ini adalah “Bagaimana TR-t Center Herbalife Malang mengatur Kegiatan Program TRT (*Transformation Team*) secara langsung dan *online* ?”. Maka fokus permasalahan pada penelitian ini di bagi menjadi :

- 1.2.1 Bagaimana TR-t Center Herbalife Malang merencanakan kegiatan Program TRT (*Transformation Team*) secara langsung dan *online* ?
- 1.2.2 Bagaimana TR-t Center Herbalife Malang melaksanakan kegiatan Program TRT (*Transformation Team*) secara langsung dan *online* ?
- 1.2.3 Bagaimana TR-t Center Herbalife Malang mengevaluasi kegiatan Program TRT (*Transformation Team*) secara langsung dan *online* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam setiap aktivitas yang dilakukan manusia baik secara individu maupun kelompok, tentu memiliki tujuan baik yang hendak dicapai. Begitu pula dalam

melakukan penelitian ini , penulis memiliki tujuan yang hendak dicapai dari sasaran penelitian. Adapun tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut :

- 1.3.1 Untuk mengetahui bagaimana TR-t Center Herbalife Malang mengadakan kegiatan Program TRT (Transformation Team) secara langsung dan *online*
- 1.3.2 Untuk mengetahui bagaimana TR-t Center Herbalife Malang melaksanakan kegiatan Program TRT (Transformation Team) secara langsung dan *online*
- 1.3.3 Untuk mengetahui bagaimana TR-t Center Herbalife Malang mengevaluasi kegiatan Program TRT (Transformation Team) secara langsung dan *online*

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam setiap penelitian tentu memiliki manfaat baik untuk menambah wawasan dan mengembangkan ilmu pengetahuan. Maka dari itu peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengembangan ilmu pengetahuan tentang aktivitas perusahaan yakni program kerja perusahaan secara langsung dan *online* menggunakan media *Instagram* yang dilakukan oleh TR-t Center Herbalife Malang secara langsung dan *online*. Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan dalam bidang aktivitas perusahaan di lingkup perusahaan Herbalife Nutrition secara langsung dan *online* dan dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian yang sejenis.

1.4.2 Manfaat Praktis

1.4.2.1 Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan evaluasi dalam pengajaran mata kuliah akuntansi manajemen dengan topik analisa aktivitas perusahaan di lingkup perusahaan Herbalife Nutrition.

1.4.2.2 Bagi TR-t Center Herbalife Malang

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan evaluasi perusahaan dalam menganalisa aktivitas perusahaan yang sudah dan akan dilakukan secara

langsung dan *online* agar sesuai dengan Pedoman Etika Bisnis Herbalife Nutrition.

1.4.2.3 Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan mengembangkan ilmu pengetahuan bagi para pembaca mengenai aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan secara langsung dan *online* khususnya di lingkup perusahaan Herbalife Nutrition.

