

**ANALISIS EFISIENSI BIAYA DISTRIBUSI PRODUK UNILEVER
TAHUN 2018 - 2020 PADA PT. ARINA MULTIKARYA SURABAYA**

Nia Indriana Nikita¹⁾, Riyanah²⁾
Universitas Pawayan Daha Kediri
niaindriana@gmail.com, riyana_1975@yahoo.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui efisiensi biaya distribusi produk Unilever. Sumber data yang penulis gunakan adalah data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis efisiensi. Bahwa biaya distribusi produk Unilever Tahun 2018-2020 PT. Arina Multikarya sudah efisien, dengan penyaluran produk dalam kota yang memiliki nilai efisiensi yang tinggi yaitu pada tahun 2018 dan 2019 adalah 0.04% sedangkan pada tahun 2020 adalah sebesar 0.03% dengan tingkat rata-rata efisiensi yaitu 0.03% dan rata-rata *return of infestment* sebesar 27.94%, dibandingkan dengan distribusi luar kota yang menggunakan transportasi darat dan distribusi luar kota yang menggunakan transportasi darat dan laut, yaitu tingkat rata-rata efisiensi 0.05% dan rata-rata *return of infestment* sebesar 19.24% untuk distribusi luar kota yang menggunakan transportasi darat serta 0.04% dan rata-rata *return of infestment* sebesar 22.61% untuk distribusi luar kota yang menggunakan transportasi darat dan laut.

Kata Kunci: Biaya, Distribusi, Bentuk Saluran Distribusi, dan Penggolongan Biaya Distribusi Produk

Abstract

The purpose of this study is to determine the cost efficiency of Unilever's product distribution. The data sources that the authors use are primary data and secondary data. Data analysis used in this research is descriptive analysis and efficiency analysis. Whereas Unilever product distribution costs for 2018-2020 PT. Arina Multikarya is already efficient, with the distribution of products in cities that have a high efficiency value, namely in 2018 and 2019 it was 0.04% while in 2020 it was 0.03% with an average level of efficiency of 0.03% and an average return on investment of 27.94%, compared to out-of-town distribution using land transportation and out-of-town distribution using land and sea transportation, which is an average level of efficiency of 0.05% and an average return of investment of 19.24% for out-of-town distribution using land transportation and 0.04% and an average return of investment of 22.61% for out-of-town distribution using land and sea transportation.

Keywords: Cost, Distribution, Forms of Distribution Channels, and Classification of Cost Product Distribution.

Pendahuluan

Dunia usaha saat ini mengalami perkembangan pesat, baik usaha perdagangan, industri, jasa maupun media massa. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis, dengan sumber daya ekonomi yang dimiliki. Setiap perusahaan menghendaki adanya peningkatan penjualan dan pendapatan, maka perusahaan harus aktif dalam proses pemasaran yang baik. Pada dasarnya pemasaran suatu barang mencakup perpindahan atau aliran dari dua hal, yaitu aliran fisik barang itu sendiri dan aliran kegiatan transaksi untuk barang tersebut. Sebaik apapun produknya dan segencar apapun promosinya, tanpa distribusi yang baik tidak mungkin produk tersebut dapat sampai pada konsumen akhir dengan tepat. Keberhasilan dalam memasarkan produknya tidak terlepas dari kegiatan distribusi yang digunakan dan biaya yang dikeluarkan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ni Wayan Erni Febriani (2016) dengan judul Analisis Efisiensi Biaya Distribusi Pupuk Bersubsidi di Wilayah Kabupaten Klungkung menggunakan metode transportasi menyatakan bahwa pola distribusi yang diberlakukan saat ini sudah memenuhi kriteria nilai transportasi minimum. Sehingga, kebutuhan akan strategi dalam penerapan distribusi sangatlah dibutuhkan.

Strategi distribusi yang digunakan PT. Arina Multikarya yaitu *direct distribution* dengan mendirikan kantor cabang di seluruh Indonesia salah satunya adalah di Surabaya dengan wilayah pemasaran mencakup Bangkalan, Surabaya, Kediri, dan Probolinggo. Kekuatan inilah yang hingga kini tidak dimiliki oleh pesaing. Unilever merupakan salah satu produk yang dimiliki PT. Arina Multikarya dan memiliki citra yang bagus dari segi kualitas produk. Namun, apabila PT. Arina Multikarya Surabaya selaku *Agency* Unilever dalam melakukan proses distribusinya mengalami kemacetan. Maka produk Unilever tersebut, akan mendapatkan citra jelek dari pelanggan, yang secara integral akan mempengaruhi pendapatan PT. Arina Multikarya Surabaya yang dikarenakan menurunnya permintaan terhadap produk Unilever tersebut.

Untuk dapat memasarkan produk Unilever dengan sukses, PT. Arina Multikarya harus menggunakan konsep pemasaran yang baik dan biaya distribusi

yang efisien. Biaya distribusi yang efisien akan mempengaruhi besarnya laba yang diperoleh perusahaan. Namun, seiring dengan berkembangnya pasar dan persaingan antar perusahaan mengakibatkan semakin tingginya biaya distribusi yang seringkali jumlahnya besar dibandingkan dengan biaya lainnya. Sehingga perlu dilakukan analisis efisiensi biaya.

Biaya

Sebagaimana kita ketahui bahwa biaya adalah pengorbanan yang harus dikeluarkan untuk pencapaian produk yang diinginkan. Melakukan suatu kegiatan didalam suatu perusahaan dibutuhkan suatu pengorbanan sumber daya yang harus dikeluarkan perusahaan yang sering disebut dengan biaya. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau secara potensial akan terjadi pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu. Berdasarkan definisi-definisi di atas, penulis menarik kesimpulan bahwa biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang dapat diukur dalam satuan uang dan digunakan untuk memperoleh barang dan jasa, dimana akan memberikan keuntungan dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang.

Distribusi

Pasar berawal dari kegiatan tukar menukar barang secara sederhana tanpa memakai alat tukar berupa uang atau logam mulia. Kini dengan perkembangan zaman, pasar semakin membutuhkan alat tukar yang berlaku secara umum, sehingga munculah uang. Kegiatan pasar yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan manusia tidak hanya melibatkan barang tetapi juga jasa. Untuk memperjelas saluran distribusi terdiri dari seperangkat lembaga yang melakukan semua kegiatan atau fungsi yang digunakan untuk menyalurkan dan status pemilikinya dari produsen ke konsumen. Jadi pasar adalah tujuan akhir dari kegiatan saluran. Kita mengetahui bahwa membeli barang sering disertai dengan jasa – jasa tertentu dan sebaliknya pembelian jasa sering juga melibatkan barang yang berfungsi sebagai pelengkap. Oleh karena itu, perbedaan barang dan jasa secara tegas sulit kita lakukan.

Yang termasuk dalam kegiatan distribusi (kegiatan pemasaran) adalah:

1. Penjualan yaitu suatu bagian dari promosi dan promosi adalah suatu bagian program pemasaran secara keseluruhan.

2. Perdagangan yaitu perencanaan produk, meliputi perencanaan untuk mendapatkan barang atau jasa yang baik untuk pasar pada waktu yang tepat, pada tingkat harga yang layak, dan warna yang serasi, ukuran yang sesuai.
3. Distribusi Fisik yaitu kegiatan aliran material seperti pengangkutan, penyimpanan dan pengawasan persediaan

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa distribusi adalah kegiatan pemasaran yang mencakup perencanaan, implementasi dan pengendalian arus bahan serta barang akhir dari titik asal ke titik penggunaan untuk memenuhi tuntutan pelanggan dan melakukan semua tugas itu diperoleh imbalan berupa laba. Tujuan dari kegiatan ini adalah menyampaikan produk kepada pelanggan dalam kondisi yang baik, tepat waktu, serta tersedia tempat yang tepat dimana pelanggan ingin membeli. Kegiatan distribusi meliputi kegiatan pengepakan, pergudangan, transportasi, penagihan serta pencatatan atas kegiatan tersebut. Dengan adanya kegiatan distribusi tersebut, produsen harus menyalurkan produksinya ke tempat konsumen berada.

Bentuk Saluran Distribusi

Di bawah diuraikan bentuk-bentuk saluran distribusi. Panjang pendeknya distribusi tergantung dari jumlah tingkat perantara yang digunakan tiap lembaga termasuk produsen yang melakukan kegiatan jual/beli merupakan tingkat dalam rantai penyaluran. Dalam pemilihan sistem distribusi barang atau jasa yang dihasilkan, perusahaan mempunyai kebebasan untuk memilih. Berdasarkan cara penyampaian barang atau jasa, maka distribusi dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu: (Marwan Asri, 2018:253). Distribusi langsung umumnya perusahaan melakai saluran ini karena didorong keinginan selalu dekat dengan konsumen akhir dan ingin mempengaruhi pasar. Distribusi langsung yang digunakan oleh perusahaan adalah dengan mendirikan cabang atau wakil perusahaan di berbagai tempat. Distribusi tidak langsung yakni melibatkan suatu lembaga perusahaan sebagai penghubung produsen dengan konsumen, yaitu: *breadth of coverage (direct selling), retailers dan wholesalers*.

Penggolongan Biaya Distribusi Produk

Menurut Henry Simamora (2012:321) biaya distribusi digolongkan menjadi dua, yaitu:

a. Order Getting Cost

Pengeluaran yang terjadi untuk mencari atau menimbulkan pesanan dari pembeli kepada perusahaan. Berdasarkan fungsinya biaya ini dapat digolongkan menjadi dua, yaitu biaya promosi dan advertensi serta biaya penjualan.

b. Order Filling Cost

Biaya yang terjadi dalam rangka memenuhi atau melayani pesanan yang diterima dari pembeli. Berdasarkan fungsinya *order filling cost* dapat digolongkan menjadi empat yaitu biaya pergudangan dan penyimpanan, biaya pengepakan dan pengiriman, biaya pemberian kredit dan pengumpulan piutang.

Rasio profitabilitas digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba, melalui rasio inilah investor dapat mengetahui tingkat pengembalian dari investasinya. Rasio profitabilitas yang sering digunakan yaitu *Return on Assets (ROA)*, *Return on Investment (ROI)*, *Return on Equity (ROE)*, *Gross Profit Margin* dan *Net Profit Margin*. Perusahaan dapat menggunakan rasio profitabilitas secara keseluruhan atau hanya sebagian saja dari jenis rasio profitabilitas yang ada. Penggunaan rasio secara sebagian berarti bahwa perusahaan hanya menggunakan beberapa jenis rasio saja yang memang di anggap perlu di ketahui.

Menurut Mamduh (2015:158) analisis ROI dalam analisi rasio keuangan memiliki arti yang penting sebagai salah satu teknik analisis rasio keuangan yang bersifat menyeluruh (komprehensif). Analisis ROI lazim digunakan oleh pihak manajemen untuk mengukur efektivitas operasi perusahaan secara menyeluruh. ROI merupakan salah satu bentuk rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dibandingkan dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan untuk operasional perusahaan.

Menurut Anthony & Govindarajan (2012;249) ROI atau disebut juga tingkat pengambilan investasi adalah suatu perbandingan. Pembilangnya adalah pendapat yang dalam laporan keuangan dan penyebutnya adalah aset yang digunakan. Kesimpulan yang diambil dari pengertian tersebut adalah ROI menghubungkan keuntungan yang diperoleh dari operasi perusahaan dengan jumlah investasi atau aktiva yang digunakan untuk menghasilkan keuntungan operasional tersebut. Menurut Sofyan (2010:305).

Metode

Penelitian ini dilakukan di PT. Arina Multikarya dengan beberapa pertimbangan ilmiah maupun kondisional yang antaran lain: Secara ilmiah PT. Arina Multikarya, yang dewasa ini merupakan Perusahaan yang bergerak dibidang *agency* dimana dalam kegiatan produksinya mengutamakan distribusi. Sehingga, pemasaran efektif dalam penerapannya bukan hanya bagaimana meningkatkan volume penjualan tetapi juga bagaimana mendistribusikan produknya secara efektif. Selain itu PT. Arina Multikarya, juga memiliki sistem distribusi kompleks, yang secara integral akan mempengaruhi biaya produksi. Atas dasar itu, penulis mengambil lokasi penelitian di lokasi tersebut. Secara kondisional, dengan adanya keterbatasan waktu yang disediakan maka skala prioritas mengenai keterjangkauan lokasi juga menjadi dasar akan pengambilan lokasi penelitian tersebut.

Sumber Data

Sumber data yang penulis gunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya, sedangkan data sekunder adalah data yang tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen. Berdasarkan pada uraian di atas, maka data penelitiannya adalah: Data primer, merupakan data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang diteliti. Berupa: Profil perusahaan PT. Arina Multikarya. Data penjualan dan biaya distribusi produk Unilever PT. Arina Multikarya tahun 2018-2020 Data sekunder, merupakan data yang diperoleh melalui catatan-catatan dan dokumen yang ada di PT. Arina Multikarya. Adapun yang dijadikan sebagai sumber data sekunder adalah selain itu, data sekunder diperoleh juga melalui studi pustaka dengan membaca buku dan hasil penelitian yang telah disusun.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data atau informasi sebagai bahan analisis dalam penyusunan penelitian ini, maka ditempuh dua teknik pengumpulan data yaitu:

1. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara terarah yaitu peneliti menanyakan kepada subjek yang diteliti berupa pertanyaan-pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya (Sujarweni, 2015:31). Melalui tahap ini peneliti ingin mengetahui lebih dalam tentang efisiensi biaya distribusi PT. Arina Multikarya dengan mewawancarai pihak terkait yaitu bagian penjualan dan distribusi produk PT. Arina Multikarya.
2. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang yang berupa catatan, buku, surat kabar, majalah, dan sebagainya. Studi dokumen merupakan perlengkapan dari penggunaan metode observasi dan interview dalam penelitian kualitatif. Penggunaan metode dokumentasi ini untuk memperkuat dan mendukung informasi-informasi yang didapatkan dari hasil observasi dan interview (Hasan, 2014:87). Melalui tahapan dokumentasi ini, dimaksudkan untuk memperoleh data tertulis dari PT. Arina Multikarya, berupa: sejarah singkat perusahaan dan data-data (dokumen) tentang penjualan dan biaya distribusi yang diharapkan dapat menjadi acuan dalam menganalisa permasalahan dalam penelitian ini.

Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis efisiensi. Sehingga dapat diketahui gambaran umum perusahaan yang sedang diteliti serta menjelaskan biaya distribusi yang dikeluarkan PT. Arina Multikarya selama proses kegiatan distribusi produk Unilever yang dilakukan oleh perusahaan itu sendiri sampai kepada retailer atau pelanggan.

Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian diperoleh pendapat terkait pendistribusian PT. Arina Multikarya dalam kegiatan pendistribusian produknya yaitu munculnya kewajiban yang disebabkan pengiriman barang yakni:

1. Distribusi produk Unilever Tahun 2018-2020 pada PT. Arina Multikarya dalam kota biaya distribusi produk meliputi biaya makan sopir, biaya solar, helper, biaya tak terduga guna memperlancar proses penyaluran barang;
2. Distribusi produk Unilever Tahun 2018-2020 pada PT. Arina Multikarya luar kota dengan jasa transportasi darat meliputi daerah Kediri dan Probolinggo. Biaya distribusi produk terdiri dari biaya makan sopir, biaya solar, helper, biaya perawatan alat-alat kantor bagian distribusi dan penjualan, serta biaya tak terduga guna memperlancar proses penyaluran barang;
3. Distribusi produk Unilever Tahun 2018-2020 pada PT. Arina Multikarya luar kota dengan jasa transportasi darat dan laut meliputi daerah Bangkalan. Biaya distribusi produk terdiri dari biaya makan sopir, biaya solar, helper, biaya perawatan alat-alat kantor bagian distribusi dan penjualan, biaya angkut kapal, biaya telepon kantor; dalam hal ini biaya telepon yang dikeluarkan untuk kepentingan distribusi dan penjualan barang serta biaya tak terduga guna memperlancar proses penyaluran barang.

Setelah diketahui biaya-biaya yang muncul akibat pengiriman barang. Maka dapat dilakukan langkah lanjutan berupa perhitungan efisiensi biaya distribusi produk Unilever pada PT. Arina Multikarya cabang Surabaya dari tahun 2018 sampai 2020 yang meliputi perhitungan biaya efisiensi distribusi dalam kota, distribusi luar kota menggunakan jasa transportasi darat serta distribusi luar kota menggunakan jasa transportasi darat dan laut masing-masing memperoleh hasil yang berbeda.

Distribusi Produk Unilever Dalam Kota PT. Arina Multikarya Tahun 2018 sampai 2020. Sebagaimana yang telah diketahui bahwa distribusi produk Unilever dalam kota besarnya tingkat efisiensi pada tahun 2018 dan 2019 adalah 0.04% sedangkan pada tahun 2020 adalah sebesar 0.03% dengan tingkat rata-rata efisiensi yaitu 0.03%. Dengan demikian, dikatakan bahwa distribusi dalam kota produk Unilever Tahun 2018-2020 pada PT. Arina Multikarya adalah efisien.

Temuan ini sejajar dengan pendapat Sundari (2019:6) bahwa apabila hasil perhitungan efisiensi tersebut diperoleh nilai kurang dari 20% ($x < 20\%$) berarti

efisien distribusi produk Unilever Luar Kota PT. Arina Multikarya. Menggunakan Transportasi Darat Tahun 2018-2020. Sebagaimana yang telah diketahui bahwa distribusi produk Unilever luar kota menggunakan transportasi darat besarnya tingkat efisiensi cukup bervariasi yaitu pada tahun 2018 sebesar 0.06% dan 2019 adalah sebesar 0.04% sedangkan pada tahun 2020 adalah sebesar 0.05% dengan tingkat rata-rata efisiensi yaitu 0.05%. Dengan demikian, dikatakan bahwa distribusi luar kota menggunakan transportasi darat produk Unilever tahun 2018 sampai 2020 pada PT. Arina Multikarya adalah efisien. Hal ini sejajar dengan pendapat Sundari (2015:6) bahwa apabila hasil perhitungan efisiensi tersebut diperoleh nilai kurang dari 20% ($x < 20\%$) berarti efisien.

Distribusi produk Unilever luar kota PT. Arina Multikarya menggunakan transportasi darat dan laut tahun 2018-2020. Sebagaimana yang telah diketahui bahwa distribusi produk Unilever luar kota menggunakan transportasi darat dan laut besarnya tingkat efisiensi yaitu pada tahun 2018 sebesar 0.04% dan 2019 adalah sebesar 0.05% sedangkan pada tahun 2020 adalah sebesar 0.04% dengan tingkat rata-rata efisiensi yaitu 0.04%. Dengan demikian, dikatakan bahwa distribusi luar kota menggunakan transportasi darat dan laut produk Unilever tahun 2018 sampai 2020 pada PT. Arina Multikarya adalah efisien. Hal ini sejajar dengan pendapat Sundari (2019:6) bahwa apabila hasil perhitungan efisiensi tersebut diperoleh nilai kurang dari 20% ($x < 20\%$) berarti efisien.

Namun apabila melihat nilai rata-rata efisiensi dan *Return of Investment* yang terdapat pada tabel 5, dari ketiga pelaksanaan distribusi produk Unilever yang dilaksanakan oleh PT. Arina Multikarya tahun 2018 sampai 2020 adalah distribusi produk Unilever dalam kota yang memiliki tingkat efisiensi yang baik dibandingkan dengan distribusi produk Unilever luar kota menggunakan transportasi darat dan distribusi produk Unilever luar kota menggunakan transportasi darat dan laut. Temuan ini sejajar dengan pendapat Meryanti Gobel (2013:98). Semakin kecil persentase yang dihasilkan dari aktivitas sebuah program maka semakin tinggi tingkat efisiensi program tersebut, dan sebaliknya semakin semakin besar persentase yang dihasilkan sebuah program maka semakin rendah tingkat efisiensi program.

Kesimpulan

Dari hasil perhitungan analisis efisiensi Biaya distribusi dan analisis efisiensi *return of infestment* PT. Arina Multikarya dapat disimpulkan: Bahwa biaya distribusi produk Unilever Tahun 2018-2020 PT. Arina Multikarya sudah efisien, dengan penyaluran produk dalam kota yang memiliki nilai efisiensi yang tinggi yaitu pada tahun 2018 dan 2019 adalah 0.04% sedangkan pada tahun 2020 adalah sebesar 0.03% dengan tingkat rata-rata efisiensi yaitu 0.03% dan rata-rata *return of infestment* sebesar 27.94%, dibandingkan dengan distribusi luar kota yang menggunakan transportasi darat dan distribusi luar kota yang menggunakan transportasi darat dan laut, yaitu tingkat rata-rata efisiensi 0.05% dan rata-rata *return of infestment* sebesar 19.24% untuk distribusi luar kota yang menggunakan transportasi darat serta 0.04% dan rata-rata *return of infestment* sebesar 22.61% untuk distribusi luar kota yang menggunakan transportasi darat dan laut.

Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan oleh penulis adalah sebagai berikut: Bagi pihak perusahaan yakni supaya memperhatikan biaya area distribusi luar kota baik yang menggunakan transportasi darat maupun laut, mengingat biaya distribusi area tersebut terlampaui tinggi dibandingkan dengan distribusi dalam kota. Mungkin secara matematis sudah efisien. Namun secara prinsipal ilmu ekonomi apapun alasannya hal tersebut, telah mempengaruhi pendapatan perusahaan. Untuk menjaga stabilitas keuangan perusahaan. Mengingat biaya distribusi area luar kota baik yang menggunakan transportasi darat maupun laut terlampaui tinggi. Maka penulis menyarankan untuk memaksimalkan potensi biaya area dalam kota dengan meningkatkan efisiensi biaya area tersebut. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat mengkaji lebih lanjut tentang indikator-indikator lain yang berhubungan dengan biaya distribusi sehingga perusahaan tempat penelitian tahu masalah dan dapat mengambil tindakan-tindakan yang harus dijalankan dalam pengambilan keputusan.

Daftar Pustaka

- Astutik, Wahyuni. 2020. Masalah Agensi Pada Perusahaan Konsumsi Yang Telah Go Publik Di Bei Tahun 2009 Sampai Tahun 2013. *Media Bina Ilmiah*, 14 (6), 2799-2806
- Astutik, Wahyuni. 2020. Penguatan Investor Muda Di Pasar Modal. *MEDIA BINA ILMIAH*, 14 (10), 3297-3206
- Astutik, Wahyuni. 2021. Pengaruh Leverage Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012-2014. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntans*, 6(1), 1682-1690
- Bersubsidi Di Wilayah Kabupaten Klungkung Menggunakan Metode Transportasi.*** Skripsi Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Udayana.
- Dina N, Nio SR. (2019). Kontribusi Adversity Quotient Terhadap Stres Kerja Pada Driver PT. Gojek Indonesia. *Jurnal Riset Psikologi*. (3), 2019
- Dina, Nur & Indriyana, Dina. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Bpjs Terhadap Kepuasan Kerja. *Jumba: Jumba Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*. Vol. 01 NO. 01 Tahun 2022. E-ISSN:2828-8815
- Hanggondosari, Sri Utami & Dina, Nur. (2022). Implementasi Analisa System Dan Prosedur Pemberian Kredit Usaha Kecil Untuk Miminimalkan Kredit Macet. *Jumba: Jumba Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*. Vol. 01 NO. 01 Tahun 2022. E-ISSN:2828-8815
- Kusuma, Hendra Dan Asmoro, Wiwiek Kusumaning. (2020). Perkembangan Financial Teknologi (Fintech) Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam. *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah*. Vol. 4 No. 2
- Kusuma, Hendra. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa: Studi Pada Pt. 33 Putra Kediri. *Jumba (Jurnal Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi)*. Vol 1 No 1
- Harahap Sofyan.2011. *Analisis Kritisatau Laporan Keuangan. Edisi Kesatuan*. Ilmu Anthony & Govindarajan. 2012. *Manajemen Control Sistem, Edisi Sembilan*. Jakarta: Salemba
- Iqbal Hasan. 2014. *Pokok-pokok Materi Metodologi dan Aplikasinya*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Jakarta:PT Raja GrafindoPersada.
- Kusuma, Hendra Dan Asmoro, Wiwiek Kusumaning. (2020). Perkembangan Financial Teknologi (Fintech) Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam. *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah*. Vol. 4 No. 2
- Marwan Asri, 2018. *Marketting Edisi Modern*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN
- Ni Wayan Erni Febriani (2016). ***Analisis Efisiensi Biaya Distribusi Pupuk***
- Meryanti Gobel. 2013. ***Analisis Efisiensi Biaya Operasional Melalui Pengelolaan Tunjangan Makan dan Jaminan Pemeliharaan Kesehatan.***
- Restanti, Yani Dwi Dan Setyno, Herry. (2021). Pengaruh Stock Split Terhadap Respon Investor. *Cahaya Aktiva*. Jilid 11 Terbitan 1. 25-40

- Riyanah, & Arimbi. (2022). Analisis Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Koperasi Simpan Pinjam (Ksp) Mitra Rakyat Bersama Kabupaten Nganjuk. Jumba: Jumba Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi. Vol. 01 NO. 01 Tahun 2022. E-ISSN:2828-8815
- Simamora. 2012. *Teori Akunting, Edisi Keenam*. Yogyakarta.
- Sumaryati, Sri Ari (2022). Etika Bisnis Sebagai Acuan Meningkatkan Kepuasan Konsumen. Jumba: Jumba Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi. Vol. 01 NO. 01 Tahun 2022. E-ISSN:2828-8815
- Sundari. 2019. ***Analisis Efisiensi Biaya Operasional Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Jual Beli Pisang Di Pasar Minasa Upa Kabupaten Gowa***. Skripsi Universitas Muhammadiyah Makasar.
- UPI Mamduh. 2015. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: BPFE
- Sujarweni Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka baru press.