

Manajemen Strategi Pancasila: Konsep Keseimbangan Hak dan Kewajiban Karyawan di Perusahaan untuk Menurunkan Tingkat Klaim Pelanggan

(Pancasila Strategic Management: The Concept of Balancing the Rights and Responsibilities of Employees in the Company to Reduce Customer Claims)

Oleh:

Jurlis Marsemes Here; Deska Lafairi Rera; Bagas Prayogo Haryaji; Sunita Dasman

Magister Manajemen Universitas Pelita Bangsa

jurlishere@yahoo.co.id; deskaka46@gmail.com; bagasph8@gmail.com;
sunita.dasman@pelitabangsa.ac.id

ABSTRAK

Di era globalisasi saat setiap perusahaan bersaing untuk mendapatkan pelanggan sebanyak mungkin dan tidak cukup berpuas diri sampai disitu tapi juga membuat pelanggan tersenyum atau puas dengan produk dari perusahaan. Jika tingkat kepuasan pelanggan tinggi maka produk dari perusahaan akan dibeli kembali pada masa yang akan datang. Klaim akan produk akan membuat pelanggan berpindah kepada kompetitor. Menurunkan tingkat klaim harus dilakukan dengan management strategi Pancasila sila ke 5 butir ke 3 yakni menjaga keseimbangan hak dan kewajiban karyawan dengan melakukan visualisasi KPI di masing masing area kerja, dikontrol dan dievaluasi secara periodik. Hasilnya sangat signifikan, tingkat klaim yang terus turun selama 3 tahun terakhir di perusahaan.

Kata kunci:

Pancasila, Strategi, Hak, Kewajiban, KPI, Klaim

ABSTRACT

In the era of globalization when every company competes to get as many customers as possible and it is not enough to be satisfied there but also to make customers smile or be satisfied with the company's products. If the level of customer satisfaction is high, the company's products will be repurchased in the future. Claims for products will make customers switch to competitors. Reducing the level of claims must be done with the 5th point 3 Pancasila strategy management strategy, namely maintaining a balance of employee rights and obligations by visualizing KPIs in each work area, controlled and evaluated periodically. The result is very significant, the claim rate continues to fall for the last 3 years at the company.

Keywords:

Pancasila, Strategy, Rights, Obligations, KPIs, Claims

Pendahuluan

Di era perkembangan industri saat ini, semua perusahaan berlomba lomba untuk mendapat pelanggan sebanyak banyaknya dan tentunya pelanggan tersebut diharapkan kembali melakukan order atau permintaan atas barang yang dibelinya diwaktu lalu. Perusahaan harus membuat pelanggan selalu tersenyum dengan hasil maupun kualitas produknya. Zero claim adalah target dari semua perusahaan. Tidak mudah untuk mendapat kepuasan pelanggan. Berbagai cara ditempuh perusahaan untuk mengetahui keinginan pelanggan, melakukan proses yang sesuai dengan standard standard mutu, melakukan kontrol yang ketat disetiap lini proses dan juga melakukan sampling saat proses maupun saat barang tersebut siap dikirim ke pelanggan

Di perusahaan tempat saya bekerja juga mengalami hal itu dimana tingkat klaim dari pelanggan juga cukup tinggi. Tingkat klaim tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1
Klaim Pelanggan Tahun 2018-2019

Tahun	2018	2019
Klaim (rupiah)	3.5 Milyar	3.47 Milyar

Tingkat klaim yang cukup besar ini sangat berpengaruh kepada cash flow yang ada di perusahaan. Order yang tinggi akan memacu Produksi untuk menaikkan tingkat output serta meningkatkan jumlah produk yang yang dilepas ke pasar. Konsistensi jumlah serta kualitas harus menjadi perhatian perusahaan. Semakin tinggi output Produksi semakin sulit mengendalikan tingkat konsistensi terhadap kualitas produk. Resikonya adalah terjadinya klaim oleh pelanggan. Tingkat klaim yang tinggi akan menurunkan profit maupun aliran kas perusahaan. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah:

1. Membangun konsep keseimbangan hak dan kewajiban karyanwan sebagai penjabaran butir dari sila ke 5
2. Memberi pemahaman konsep tersebut kepada semua karyawan
3. Melakukan evaluasi secara periodik serta memperbaiki umpan balik yang didapat dari hasil evalusasi tersebut

Metode Penelitian

Metodologi penelitian yang dilakukan adalah mengambil data yang ada diperusahaan untuk data tiga tahun terakhir untuk melihat tingkat klaim dari pelanggan di 3 tahun terakhir dimana konsep visualisasi KPI dijalankan dan dievaluasi. Metodanya deskriptif dari data tersebut. Data yang digunakan adalah data primer tida tahun terakhir.

Hasil Penelitian

A. Strategi Pancasila

Strategi Pancasila adalah sebuah strategi yang berakar dari budaya asli Indonesia, yang sudah turun temurun dari nenek moyang kita yang mampu menyatukan semua kepentingan dalam semua aspek berbangsa dan bernegara. Di dalam organisasi perusahaan strategi sila ke lima yakni Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia dalam penjabaran butir ke tiga adalah

menjaga keseimbangan antara hak dan kewajiban akan menjaga stabilitas perusahaan sehingga perusahaan akan berbisnis dalam jangka waktu yang Panjang.

Di dalam kehidupan sehari-hari setiap orang mempunyai hak dan kewajiban dimanapun dia berada. Hak dan kewajiban haruslah berimbang. Tapi kenyataan tidaklah seperti itu, termasuk dalam organisasi di perusahaan, karyawan lebih banyak menuntut haknya daripada menjalankan kewajibannya dengan baik dan benar. Fenomena ini terjadi hampir disemua perusahaan yang ada di Indonesia. Mogok kerja adalah contoh yang paling banyak kita temukan saat ini. Padahal jika semua karyawan mengerti tugas dan tanggungjawabnya serta menjalankannya dengan baik, maka mogok kerja bisa dihindari

Hak adalah kuasa untuk menerima atau melakukan sesuatu yang semestinya diterima atau dilakukan melulu oleh pihak tertentu dan tidak dapat dilakukan pihak lain manapun juga yang pada prinsipnya dapat dituntut secara paksa olehnya (Prof.Dr. Notonegoro 2010:30). Hak adalah unsur normatif yang berfungsi pedoman perilaku, melindungi kebebasan, kekealan serta menjamin adanya peluang bagi manusia dalam menjaga harkat dan martabatnya (Srijanti 2007 : 121)

Kewajiban adalah beban untuk memberikan sesuatu yang semestinya dibiarkan atau diberikan melulu oleh pihak tertentu tidak dapat oleh pihak lain manapun yang pada prinsipnya dapat dituntut secara paksa oleh yang berkepentingan (Prof.Dr. Notonegoro 2010 :31). Kewajiban karyawan harus dilakukan dengan baik pada setiap tahapan kerja yang ada di perusahaan. Karyawan tidak bisa bekerja semaunya, istirahat sesukanya. Semua sudah diatur dalam prosedur prosedur kerja yang ada di setiap bagian perusahaan. Tujuan dari prosedur atau system yang dibuat adalah untuk mendapatkan hasil yang optimal.

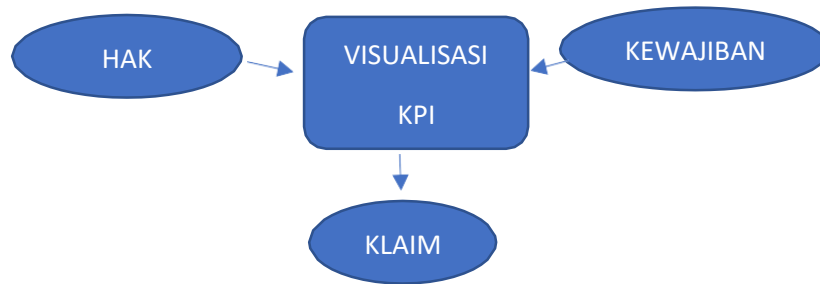
Yudi Latif dalam Negara Paripurna: Historisitas, Rasionalitas, dan Aktualitas Pancasila (2011) berpendapat bahwa sila "Keadilan Sosial" (Sila ke-5) merupakan perwujudan yang paling konkret dari prinsip-prinsip Pancasila. Sila ke-5 adalah satu-satunya sila dalam Pancasila yang dilukiskan dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar (UUD) 1945 dengan menggunakan kata kerja "mewujudkan suatu keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia." Prinsip keadilan adalah inti dari moral ketuhanan, landasan pokok perikemanusiaan, simpul persatuan, dan matra kedaulatan rakyat. Dengan kata lain, keadilan sosial merupakan perwujudan sekaligus cerminan imperatif etis keempat sila dalam Pancasila lainnya.

Sila ke 5 yakni Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia, sangat menarik untuk diteliti dan diterapkan di ruang lingkup pekerjaankita diperusahaan. Butir butir dari sila ke 5 adalah :

- (1) Mengembangkan perbuatan yang luhur, yang mencerminkan sikap dan suasana kekeluargaan dan kegotongroyongan.
- (2) Mengembangkan sikap adil terhadap sesama.
- (3) Menjaga keseimbangan antara hak dan kewajiban.
- (4) Menghormati hak orang lain.
- (5) Suka memberi pertolongan kepada orang lain agar dapat berdiri sendiri.
- (6) Tidak menggunakan hak milik untuk usaha-usaha yang bersifat pemerasan terhadap orang lain.
- (7) Tidak menggunakan hak milik untuk hal-hal yang bersifat pemborosan dan gaya hidup mewah.

- (8) Tidak menggunakan hak milik untuk bertentangan dengan atau merugikan kepentingan umum.
- (9) Suka bekerja keras.
- (10) Suka menghargai hasil karya orang lain yang bermanfaat bagi kemajuan dan kesejahteraan bersama.
- (11) Suka melakukan kegiatan dalam rangka mewujudkan kemajuan yang merata dan berkeadilan sosial

Butir ke 3 sangat bisa diterapkan untuk mengajak semua karyawan berpartisipasi dengan dengan kesadaran penuh untuk menjalankan konsep yang penulis tawarkan didalam perusahaan. Hak karyawan menjadi acuan utama dalam bekerja Kewajiban karyawan menjadi hal kedua sesudah hak. Konsep keseimbangan hak dan kewajiban karyawan diperusahaan dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 1

Konsep keseimbangan hak dan kewajiban karyawan diperusahaan

Hak karyawan menyebutkan bahwa karyawan berhak atas upah atau gaji, lembur jika diminta oleh perusahaan, tunjangan transport, tunjangan kehadiran, tunjangan shift, cuti dan asuransi BPJS Kesehatan, serta asuransi BPJS Ketenagakerjaan. Kewajiban karyawan menjelaskan bahwa karyawan wajib menjalankan tugasnya dengan baik dan benar sesuai target atau ukuran yang sudah ditetapkan atau sesuai dengan standar kerja yang berlaku.

Key Performance Indicator (KPI) adalah indicator yang menunjukkan kesesuaian target dan pencapaian actual di perusahaan. Pada pembahasan ini KPI tidak hanya diatas kertas tetapi juga divisualisasi di setiap area yang ada di perusahaan. KPI yang dimaksud adalah :

1. Safety : Zero Accident
2. Quality : Yield 92% & Zero Claim Productivity : 15 MT/day
3. Cost : No Waste

Penulis hanya mengambil poin Quality yakni berupa tingkat kalim yang akan dibahas pada artikel ini. KPI ini divisualisasi di setiap area perusahaan mulai dari office, incoming raw material, seriap lini proses Produksi, maintenance, engineering, quality, warehouse & packaging sampai dengan stuffing area. Hal ini dievaluasi dan di update harian untuk tingkat operator sampai dengan foreman. Section head sampai manager melakukan evaluasi dan update mingguan pada cross fuctinoal team meeting. Division manager melaporkan hasil evaluasi serta update bulanan ke BOD.

B. Strategi Bisnis

Organisasi bisnis adalah suatu organisasi atau perusahaan yang melakukan aktifitas ekonomi dengan tujuan untuk memperoleh laba atau profit dan perpegang pak prinsip efektifitas dan produktifitas. Organisasi bisnis menurut Musselman & Jackson (1992) adalah suatu aktivitas yang memenuhi kebutuhan dan keinginan ekonomis masyarakat dan perusahaan diorganisasikan untuk terlibat dalam aktivitas tersebut. Organisasi bisnis menurut Griffin & Ebert adalah aktivitas yang menyediakan barang dan jasa yang diperlkan atau diinginkan konsumen.

Strategi bisnis adalah kemampuan pengusaha/perusahaan dalam analisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan, perumusan (formulasi) strategi, pelaksanaan (implementasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran perusahaan, serta melakukan evaluasi untuk mendapatkan umpan balik dalam merumuskan strategi yang akan datang. Strategi bisnis yakni strategi pemasaran, strategi SDM, strategi Produksi dan strategi keuangan yang dikombinasikan untuk mencapai tujuan perusahaan.

C. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan produsen barang atau jasa secara berkesinambungan untuk memenangkan persaingan pasar secara berkesinambungan. Penyusunan rencana usaha secara menyeluruh dilandasi oleh strategi pemasaran. 5 P Pemasaran – Product, Price, Promotion, Place, dan People atau Produk, Harga, Promosi, Tempat, dan Orang – adalah elemen pemasaran utama yang digunakan untuk memposisikan bisnis secara strategis. 5 P of Marketing, juga dikenal sebagai bauran pemasaran, adalah variabel yang dikontrol oleh manajer dan pemilik bisnis untuk memuaskan pelanggan di pasar sasaran mereka, menambah nilai pada bisnis mereka, dan membantu membedakan bisnis mereka dari pesaing. Berikut adalah penjelasan kelima elemen tersebut:

1. Product (Produk)

Produk mengacu pada produk dan layanan yang ditawarkan oleh bisnis. Keputusan produk meliputi fungsi, pengemasan, tampilan, garansi, kualitas, dll. Pelanggan perlu memahami fitur, kelebihan, dan manfaat yang bisa dinikmati dengan membeli barang atau jasa. Saat memikirkan suatu produk, pertimbangkan fitur utama, manfaat, serta kebutuhan dan keinginan pelanggan.

2. Price (Harga)

Harga mengacu pada strategi penetapan harga untuk produk dan layanan dan bagaimana pengaruhnya terhadap pelanggan. Keputusan penetapan harga tidak hanya mencakup harga jual, tetapi juga diskon, pengaturan pembayaran, persyaratan kredit, dan layanan pencocokan harga apa pun yang ditawarkan. Saat menentukan strategi penetapan harga, penting untuk mempertimbangkan posisi bisnis di pasar saat ini. Misalnya, jika bisnis diiklankan sebagai penyedia peralatan mekanis berkualitas tinggi, harga produk harus mencerminkan hal itu.

3. Promotion (Promosi)

Promosi mengacu pada aktivitas yang membuat bisnis lebih dikenal konsumen. Ini mencakup hal-hal seperti sponsor, periklanan, dan aktivitas hubungan masyarakat. Karena biaya promosi bisa sangat besar, maka penting untuk melakukan analisis titik impas ketika

membuat keputusan promosi. Penting untuk memahami nilai pelanggan dan apakah layak melakukan promosi untuk mendapatkannya.

4. Place (Tempat)

Tempat mengacu pada tempat produk / layanan bisnis dilihat, dibuat, dijual, atau didistribusikan. Intinya, keputusan tempat dikaitkan dengan saluran distribusi dan cara menyampaikan produk kepada pelanggan utama yang ditargetkan. Penting untuk mempertimbangkan seberapa mudah akses produk atau layanan dan memastikan bahwa pelanggan dapat dengan mudah menemukan Anda. Produk atau layanan harus tersedia untuk pelanggan pada waktu yang tepat, di tempat yang tepat, dan dalam jumlah yang tepat. Misalnya, bisnis mungkin ingin menyediakan produknya melalui situs e-niaga, di toko ritel, atau melalui distributor pihak ketiga.

5. People (Orang-orang)

Orang mengacu pada staf, tenaga penjualan, dan mereka yang bekerja untuk bisnis tersebut. Keputusan orang biasanya berpusat di sekitar layanan pelanggan – bagaimana Anda ingin karyawan Anda dinilai ramah oleh pelanggan?

D. Strategi Produksi

Strategi produksi (production strategy) adalah pola keputusan atau pola tindakan yang diambil perusahaan untuk memproduksi barang atau jasa. Jenis strategi produksi meliputi:

1. Flowshop, yaitu adalah proses penentuan urutan pekerjaan yang memiliki lintasan produk yang sama. Pada pola flowshop, operasi dari suatu job hanya dapat bergerak satu arah, yaitu dari proses awal di mesin awal sampai proses akhir di mesin akhir dan jumlah tahapan proses umumnya sama dengan jumlah jenis mesin yang digunakan.
2. Batch Production, adalah proses produksi yang tidak berlangsung secara kontinu. Proses produksi secara partaian pada umumnya dilakukan oleh industri proses kimia dengan skala produksi kecil atau menengah dan industri manufaktur. Contoh dari industri yang umumnya melakukan proses produksi secara partaian adalah industri manufaktur seperti industri sepatu dan industri proses kimia seperti industri farmasi, tinta, cat, dan perekat. Proses produksi secara partaian lebih tidak efisien karena pada setiap akhir proses produksi partaian, peralatan proses harus dihentikan, dikonfigurasi ulang, dan dilakukan pengecekan terhadap kualitas produk sebelum partai selanjutnya diproduksi. Hal ini menyebabkan adanya waktu jeda antar proses produksi. Cara ini cocok untuk produksi musiman
3. Job Shop, adalah proses produksi berbagai jenis barang yang berbeda dengan volume produksi yang rendah (beberapa unit saja) untuk tiap-tiap jenis barang. Produksi ini memerlukan peralatan yang sangat fleksibel serta tenaga kerja dengan kemampuan tingkat tinggi. Biasanya memproduksi berdasarkan pesanan.
4. Make To Stock adalah pola produksi yang bertujuan untuk disimpan. Untuk mengantisipasi permintaan konsumen, perusahaan memproduksi produk dalam jumlah yang besar. Strategi yang dilakukan dalam lingkungan manufaktur ini adalah mengusahakan agar jumlah produk yang dihasilkan meningkat jumlahnya dengan cara melakukan peramalan terhadap permintaan periode kedepan yang digunakan sebagai perencanaan produksi.

5. Make To Order adalah pola produksi yang dilakukan berdasarkan jumlah pesanan konsumen dan berdasar waktu yang telah ditentukan. Strategi yang dilakukan lingkungan produksi ini adalah menepati waktu (due date) akan pesanan dari konsumen.
6. Assamble To Order adalah pola produksi yang juga berdasarkan pesanan konsumen yang mana aktivitas produksinya hanya merakit part-part yang menyusun sebuah produk. Hampir sama dengan MTO akan tetapi memiliki lead time (waktu tenggang) yang lebih pendek. Strategi yang dilakukan sama seperti MTO yaitu menepati due date.
7. Engineering To Order adalah pola produksi yang juga berdasarkan pesanan konsumen yang mana aktivitas produksinya dimulai dari merancang dan mendesain hingga produk tersebut dihasilkan. Sehingga mempunyai lead time yang lebih lama dari MTO.

E. Strategi SDM

Strategi SDM adalah kebijakan pengelolaan karyawan yang diintegrasikan dengan strategi organisasi dan digunakan untuk mendorong budaya organisasi, agar karyawan memiliki nilai dan menjadi sumber keunggulan bersaing. Tidak dapat dipungkiri bahwa sumber daya manusia memegang peranan penting dalam mencapai tujuan organisasi dan kenyataannya bahwa sumber daya manusia menjadi pusat perhatian pimpinan organisasi untuk diarahkan menjadi sumber daya manusia unggul organisasi.

Organisasi merupakan suatu unit sosial yang dengan sadar mengkoordinir dua atau lebih sumber daya manusia dalam mencapai tujuan yang berkelanjutan. Jadi dalam suatu organisasi terdiri dari sumber daya manusia yang bekerja dengan saling ketergantungan melalui interaksi dan koordinasi pola struktur, agar dapat survive dan bersaing dalam pencapaian tujuannya.

Agar setiap organisasi bisnis dapat survive dan bersaing pada era globalisasi, dengan persaingan yang luas dan tajam, maka diperlukan sumber daya manusia yang unggul. Yang dimaksud dengan sumber daya manusia yang unggul ialah SDM yang tidak hanya melakukan pekeq'aan rutin, tetapi yang dapat memperlihatkan kinerja berupa nilai tambah (value added) kepada organisasi bisnis. Mereka harus menjadi mitra (partners), pemain (players) dan pelopor (pioneers) dalam menciptakan nilai tambah dan sekaligus sebagai agen perubahan. Pengelolaan karyawan harus dilakukan melalui proses organisasional yang dapat memperkuat kompetensi individu dan kapabilitas organisasi. Pengelolaan karyawan harus didesain untuk menciptakan nilai dan hasil-hasil yang dapat memberikan kontribusi untuk strategi organisasi.

Sumber daya manusia adalah faktor sentral dalam suatu organisasi. Apapun bentuk serta tujuannya, organisasi dibuat berdasarkan berbagai visi untuk kepentingan manusia dan dalam pelaksanaan misinya dikelola dan diurus oleh manusia. Jadi manusia merupakan faktor strategis dalam semua kegiatan organisasi. Selanjutnya, manajemen sumber daya manusia (MSDM) berarti mengatur, mengurus SDM berdasarkan visi perusahaan agar tujuan organisasi dapat dicapai secara optimum. Dan manajemen sumber daya manusia strategi adalah suatu proses menangani berbagai masalah pada mang lingkup karyawan, manajer dan tenaga kerja lainnya untuk dapat menunjang strategi organisasi demi mencapai tujuan yang telah ditentukan. Dimana proses mengelola sumber daya manusia strategi adalah merupakan suatu prosedur yang berkelanjutan yang bertujuan untuk memasok suatu organisasi dengan orang-orang yang tepat untuk ditempatkan pada posisi dan jabatan yang tepat pada saat organisasi memerlukannya.

Sumber daya manusia strategis dipusatkan pada penyesuaian strategi sumber daya manusia dengan strategi bisnis. Dalam memerankan hal ini, karyawan bekerja menjadi mitra

strategis, membantu untuk memastikan keberhasilan strategi bisnis. Dengan pelaksanaan peran ini, karyawan meningkatkan kapasitas bisnisnya untuk melaksanakan strategi. Implementasi strategi bisnis ke dalam pelaksanaan program-program pengelolaan sumber daya manusia diwujudkan karyawan sebagai mitra strategis.

Banyak organisasi bisnis saat ini menunjukkan perubahan dan dinamika lingkungan yang menuntut organisasi untuk beradaptasi. Sehingga seringkali setiap organisasi dituntut memiliki kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan, termasuk perubahan dalam kebijakan dan pengelolaan karyawan dengan tujuan untuk dapat mempertahankan karyawan melalui manajemen perubahan. Hasil dari manajemen perubahan bagi karyawan adalah pada kapasitas untuk berubah. Karyawan sebagai rekan bisnis membantu melepas budaya yang lama dan mengadaptasi budaya yang baru. Peran ini dikenal sebagai agen perubahan (*change agent*). Sebagai agen perubahan maka karyawan harus dapat meyakinkan bahwa perubahan difokuskan untuk menciptakan tim dengan kinerja yang tinggi, mengurangi siklus waktu dalam inovasi, menetapkan pelaksanaan teknologi baru, pengembangan dan menyampaikan dalam waktu yang cepat. Aktivitas dari peran ini adalah menjamin kapasitas untuk perubahan, diantaranya dengan mengidentifikasi dan menyusun masalah, membangun hubungan saling percaya, pemecahan masalah, dan membuat serta melaksanakan rencana tindakan.

Karyawan sebagai faktor sentral dalam organisasi seharusnya perannya dirubah terlebih dahulu agar dapat menjalankan proses perubahan dengan baik. Peran karyawan dalam paradigma lama adalah hanya sebagai pelengkap. Peran tersebut sudah tidak cocok lagi untuk kondisi saat ini. Paradigma baru sumber daya manusia telah menggeser peran karyawan yang lama tersebut dan menjadikan karyawan sebagai kunci untuk memenangkan persaingan, dengan kata lain karyawan juga mempunyai peran strategis sebagai agen perubahan.

Pendekatan strategi pengelolaan karyawan yang komprehensif untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, mengembangkan dan mengalokasikan SDM yang bertalenta untuk membantu kegiatan pencapaian kinerja terbaik dari organisasi. Pendekatan yang bertujuan untuk mengetahui tentang kualitas karyawan seperti apa yang dibutuhkan untuk dapat beradaptasi dengan cepatnya perubahan lingkungan bisnis dan kapabilitas karyawan dalam mendukung tercapainya strategi organisasi dinamakan manajemen talenta. Domain dari manajemen talenta difokuskan tidak hanya pada pengembangan kapasitas intrinsik individu tetapi juga pada membangun kemampuan karyawan sebagai mitra strategis dan kemampuan mengelola perubahan dalam mempersiapkan elemen-elemen talenta-talenta individu untuk dimanifestasikan menjadi *performance*.

F. Strategi Keuangan

Strategi keuangan yang efektif berupa pengawasan dan pengawasan catatan-catatan keuangan, perencanaan dan pengelolaan anggaran dalam rangka mencapai tujuan maksimal keuntungan pemilik modal. Efektivitas pengelolaan keuangan akan sangat ditentukan oleh tujuan bisnis yang dimiliki oleh wirausaha dalam dokumen rencana strateginya. Jika tujuan bisnis berupa membangun skala usaha yang luas, meningkatkan market share dan jumlah konsumen maka strategi keuangan dengan menetapkan profit margin yang tinggi, hanya memakai modal sendiri, dan memperbanyak asset tetap, mungkin tidak akan cocok.

Untuk mendukung tujuan bisnis tersebut lebih tepat jika dibuat margin keuntungan yang tidak begitu besar sehingga harga cukup kompetitif. Utang digunakan karena keterbatasan

pendanaan modal sendiri, menggunakan asset tetap melalui fasilitas sewa, bukan milik sendiri untuk meminimalisasi modal kerja yang dibutuhkan.

Melakukan pengelolaan keuangan secara efektif, dapat menggunakan neraca (balance sheet), laporan laba rugi, dan laporan aliran kas (cash flow statement). Neraca atau yang biasa dikenal sebagai pernyataan kekayaan bersih, adalah bentuk laporan yang menjelaskan nilai semua aset yang kita miliki (aktiva) dan nilai semua kewajiban yang kita miliki beserta besarnya modal sendiri (sisi pasiva).

Neraca tersebut terdapat informasi besar nilai yang berhasil ditambahkan dari modal yang disetor. Laporan laba rugi adalah laporan yang menunjukkan kinerja pengakumulasian laba dalam kurun waktu tertentu. Nilai laba diperoleh dari pengurangan jumlah pendapatan yang dihasilkan dengan biaya- biaya yang dibutuhkan.

Laporan aliran kas berupa laporan yang merangkum kondisi kas, baik aliran kas masuk maupun aliran kas keluar pada suatu rentang waktu tertentu (mingguan, bulanan, atau tahunan). Laporan ini memberikan informasi terkait dengan perilaku penerimaan dan pengeluaran usaha dan menggunakan dasar kas (cash base) berbeda dengan laporan neraca yang tidak menggunakan dasar accural (accural base) sehingga pos-pos seperti depresiasi, amortisasi, accurals tidak akan dimasukkan kedalam laporan ini.

Dalam setiap usaha, terkadang kita perlu mengetahui tentang anggaran (budget). Anggaran menjelaskan kondisi keuangan saat ini, sekaligus memberikan arahan untuk mencapai tujuan-tujuan keuangan tertentu.

Pembahasan

Aktifitas yang dilakukan untuk menjaga keseimbangan antara hak dan kewajiban karyawan tidaklah mudah. Perlu serius dan konsisten menjalankannya. Kontrol-kontrol terhadap KPI harus selalu dilakukan KPI perusahaan disosialisasikan di awal tahun, dikontrol harian oleh para leader. Tugas para section head adalah mengontrol mingguan, dan para manager melakukan kontrol dan evaluasi bulanan secara periodik. Jika aktual tidak sesuai KPI maka para leader, section head dan manager membuat activity plan untuk mengembalikan pencapaian pada rel KPI.

Briefing awal dan akhir kerja selalu mengevaluai pencapaian dari target kerja setiap harinya dan dilaporkan ke para pimpinan secara berkala dan masukan dari pimpinan juga dieksekusi ditingkat operasional. Tidak ada kata bosan untuk selalu mengingatkan, melakukan control, dan evaluasi dari KPI tersebut.

Visualisasi dibuat di semua lini proses serta staff untuk mengingatkan semua karyawan bahwa pencapaian kita komulatif sampai hari ini bisa dilihat dipapan visualisasi yang ada di setiap area kerja. Hal ini dilakukan sejak tahun 2019 sampai saat ini dimana progress penurunan tingkat klaim cukup signifikan seperti terlihat pada table dibawah ini:

Tabel 2
Progress Penurunan Tingkat Klaim

Tahun	2019	2020	2021
Klaim (rupiah)	3.47 Milyar	1.94 Milyar	0.4 Milyar

Visualisasi KPI kepada seluruh karyawan sampai dengan tingkat bawah dan memori pengertian akan target target yang harus dicapai sangat signifikan terhadap tingkat kualitas hasil kerja.

Kesimpulan

Visualisasi KPI kepada seluruh karyawan sampai dengan tingkat bawah dan memori pengertian akan target target yang harus dicapai sangat signifikan terhadap tingkat kualitas hasil kerja. Oleh karena itu, perlu dilakukan komunikasi 2 arah yang lebih intensif dari leader kepada bawahannya juga harus dilakukan secara berkala akan mempercepat pencapaian target pada KPI.

Daftar Pustaka

- Latif, Y. (2015). Negara Paripurna Historisitas, Rasionalitas, dan Aktualitas Pancasila. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sukadi. (2013). Pengembangan dan Pelaksanaan Strategi Pemasarakatan Nilai-Nilai Pancasila dan Pilar-Pilar Kehidupan Berbangsa dan Bernegara. In Sosialisasi Empat Pilar Kebangsaan oleh MPR RI kerjasama Universitas Pendidikan Ganesha. Singaraja.
- Wardana, I. (2013). Strategi Pemasarakatan Nilai-Nilai Pancasila Dalam Membangun Karakter Bangsa. Sosialisasi Empat Pilar Kebangsaan oleh MPR RI kerjasama Universitas Pendidikan Ganesha. Singaraja