



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

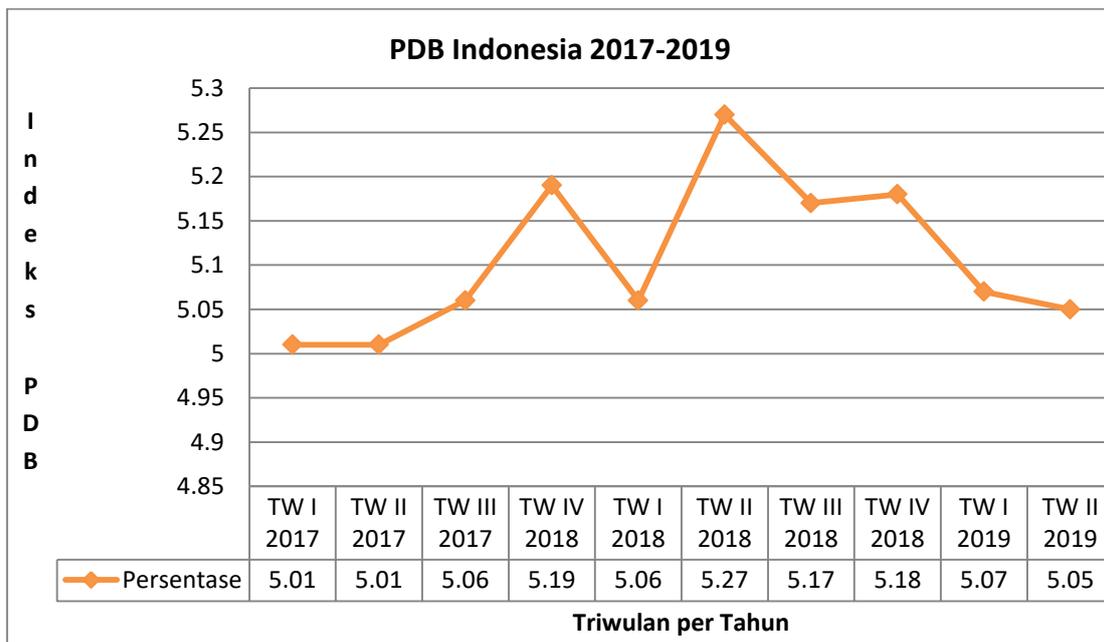
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Tren pertumbuhan ekonomi yang menguat berdampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat (Bappenas, 2019). Sebagai salah satu indikator penting untuk mengetahui kondisi ekonomi di suatu negara dalam suatu periode, PDB (Produk Domestik Bruto) mengalami penurunan sampai dengan data yang sudah diperbaharui per triwulan II tahun 2019 (BPS, 2019). Terlihat dari grafik di bawah ini yang menggambarkan bagaimana perubahan yang terjadi pada PDB di Indonesia dari tahun 2017-2019 dan khusus di sektor industri tekstil dan pakaian jadi di Indonesia.

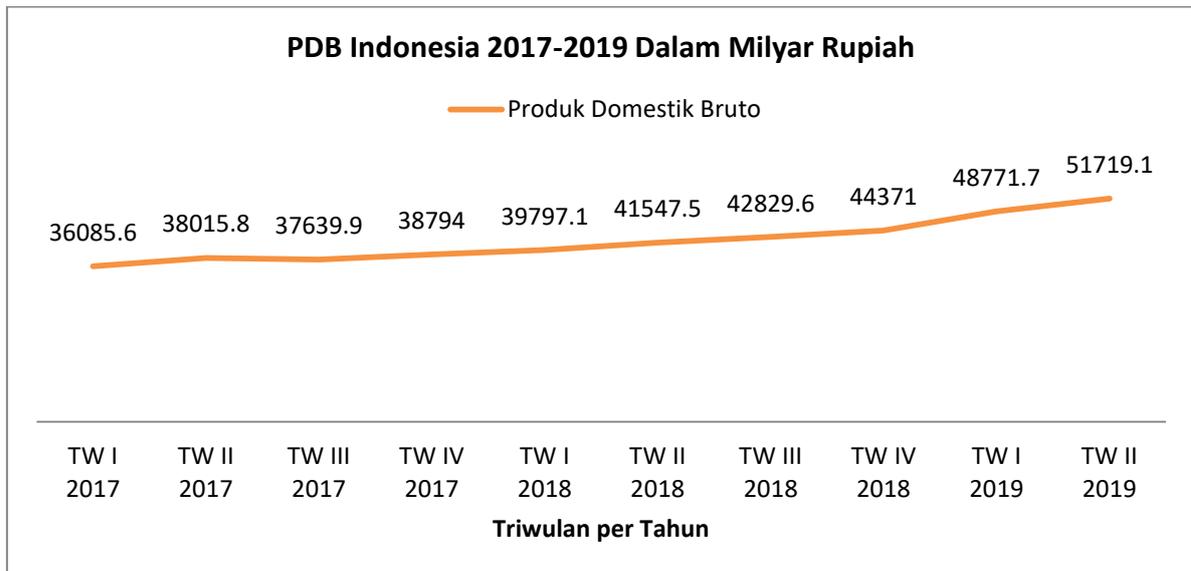


Sumber : BPS.go.id, 2019 (Data Diolah)

**Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan PDB Indonesia per Triwulan Dari Tahun 2017  
Sampai Tahun 2019**

Gambaran PDB Indonesia per triwulan dari tahun 2017-2019 terlihat mengalami kenaikan dari tahun 2017 ke 2018 dan mengalami penurunan dari tahun 2018 ke 2019. Terlihat terjadi tren penurunan PDB dua kali berturut-turut di triwulan I dan triwulan II tahun 2019 yaitu di angka 5.07% dan 5.05%. Dan jika dibandingkan dengan triwulan IV tahun 2018 berada pada angka yang cukup tinggi yaitu 5.18% sehingga terlihat jelas PDB Indonesia di tahun 2019 mengalami penurunan yang cukup signifikan yaitu ke angka 5.07% dan berlanjut ke 5.05%. Hal ini menandakan terdapat faktor penyebab di dalam komponen PDB yang mengalami penurunan sehingga membuat PDB secara keseluruhan mengalami penurunan. Penurunan terjadi pada indikator investasi atau Penanaman Modal Bruto (PMTB) yang mengalami penurunan di angka 5,01% atau lebih rendah dari periode yang sama di tahun 2018 yaitu 5,85%. Selanjutnya penurunan juga terjadi pada ekspor yang turun sebesar 1,81% berbanding terbalik dengan kuartal II 2018 yang tumbuh 7,56% (katadata.co.id, 2019). Kedua hal ini sebagai faktor utama yang memicu menurunnya tingkat PDB di Indonesia pada kuartal II tahun 2019.

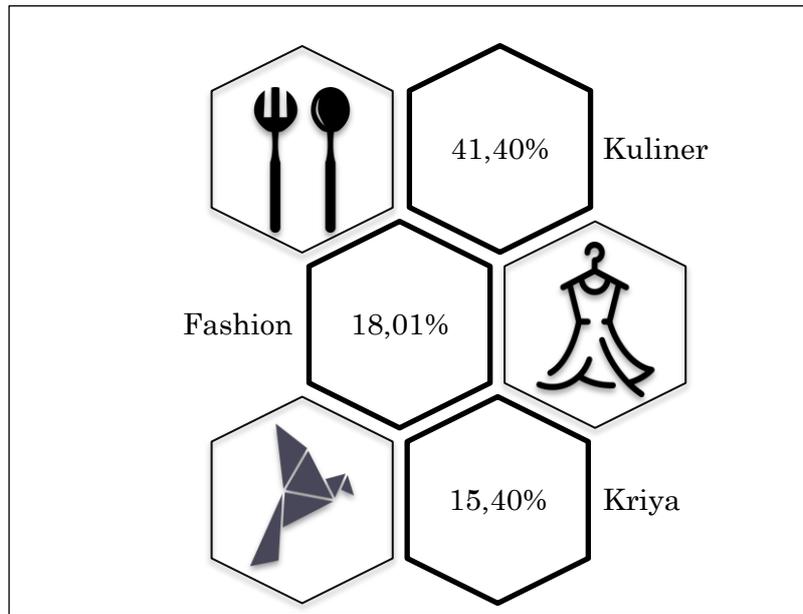
Disisi lain penurunan PDB di Indonesia tidak terjadi di semua sektor yang ada seperti di sektor industri tekstil dan pakaian yang tidak terkena dampak penurunan dari PDB di Indonesia secara keseluruhan. Terbukti dari grafik di bawah ini bagaimana tren kenaikan PDB Indonesia untuk industri tekstil dan pakaian secara berturut-turut dari triwulan pertama tahun 2017 sampai ke triwulan akhir 2019. Sektor industri tekstil dan pakaian terus mengalami tren kenaikan selama tahun 2017 sampai tahun 2019.



Sumber : BPS.go.id, 2019 (Data Diolah)

**Gambar 1.2 Grafik Pertumbuhan PDB Indonesia Pada Industri Tekstil dan Pakaian per Triwulan Dari Tahun 2017 sampai 2019**

Dapat dilihat pertumbuhan dari PDB Indonesia di sektor industri tekstil dan pakaian jadi yang terus meningkat dari triwulan pertama tahun 2017 sampai triwulan II tahun 2019. Kenaikan dari PDB terjadi secara terus menerus dari angka Rp. 36.085,6 milyar sampai ke angka Rp. 51.719,1 milyar. Hal ini membuat industri pakaian jadi menjadi industri vital yang secara ekonomi memberikan kontribusi baik dalam penyerapan tenaga kerja maupun sumbangan nilai terhadap Produk Domestik Buto (PDB) Indonesia (kemendag, 2019). Terutama industri pakaian jadi yang mengolah pakaian dari hulu ke hilir yang memakan proses yang cukup panjang dan membuat industri pakaian jadi berpengaruh cukup signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia.



Sumber : Bekraf.go.id, 2018 (Data Diolah)

**Gambar 1.3 Tiga Besar Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif 2016 Menurut Subsektor**

Menurut data dari Badan Ekonomi Kreatif Indonesia untuk kontribusi PDB ekonomi kreatif per tahun 2016 terlihat bagaimana peran *fashion* sudah mengambil peran penting untuk menyumbang besaran PDB. *Fashion* menyumbang 18,01% untuk kenaikan PDB ekonomi kreatif di Indonesia dan berada pada posisi kedua penyumbang terbesar. Pentingnya industri *fashion* sebagai penyumbang kenaikan PDB di Indonesia semakin terlihat jelas.

Di sisi lain banyaknya umat muslim di dunia dengan proporsi sebanyak 24% dari total penduduk dunia (*State of the Global Islamic Economy, 2019*). Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, sehingga Indonesia sangat berpotensi menguasai industri *fashion* muslim dunia. Industri busana muslim diprediksi akan menyerap tenaga kerja sebanyak 1,1 juta orang dari total 3,8 juta tenaga kerja industri *fashion*. Sampai saat ini, Indonesia menduduki posisi kelima sebagai pengekspor *fashion* muslim terbesar di dunia, setelah Bangladesh, Turki, Maroko, dan Pakistan. Sehingga, sangat layak bagi Indonesia untuk dapat menjadi kiblat *fashion* muslim di dunia pada tahun 2020 (kemenperin.go.id, 2019). Sektor *modest fashion* merupakan salah satu sub-sektor yang paling cepat berkembang di industri *fashion*

Indonesia, dengan ukuran pasar potensial \$ 373 miliar (*State of the Global Islamic Economy*, 2019). Dengan potensi pasar yang besar industri *fashion* muslim yang mengikuti tren menjadi sebuah peluang yang besar untuk dimasuki dan terus dikembangkan.

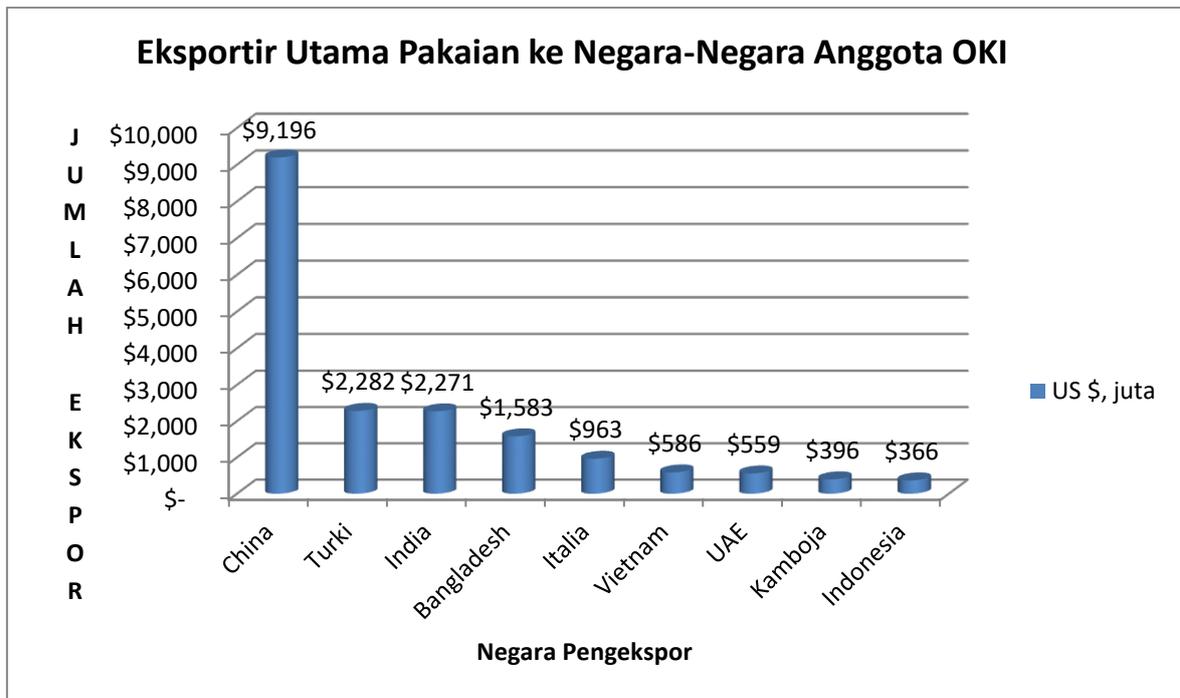


Sumber : Ikm.Kemenperin.go.id, 2019

### Gambar 1.4 Indonesia Sebagai Kiblat Fesyen Muslim Dunia di Tahun 2020

Terlihat jelas bagaimana pemerintah Indonesia menargetkan industri fesyen muslim untuk dapat menjadi kiblat industri fesyen muslim di dunia dengan kenaikan pertumbuhan fesyen muslim Indonesia di pasar global dan pasar domestik Indonesia yang berada pada urutan ke lima di dunia. Hal ini tentu saja akan menjadi pertanda baik bagi para pelaku usaha di industri fesyen muslim untuk terus mengembangkan produk dan pemasaran mereka sesuai dengan kebutuhan pasar domestik dan global. Semua tujuan ini juga harus didukung dengan meningkatkan ekspor ke luar negeri dan optimalisasi pasar domestik di Indonesia, sehingga sangat dibutuhkan langkah-langkah strategis untuk pemenuhan target dari industri fesyen di Indonesia. Dengan tingkat

konsumsi di fesyen muslim yang terus meningkat semakin jelas bagaimana pasar industri fesyen terus berkembang dan memberikan peluang besar bagi para pelaku industrinya.

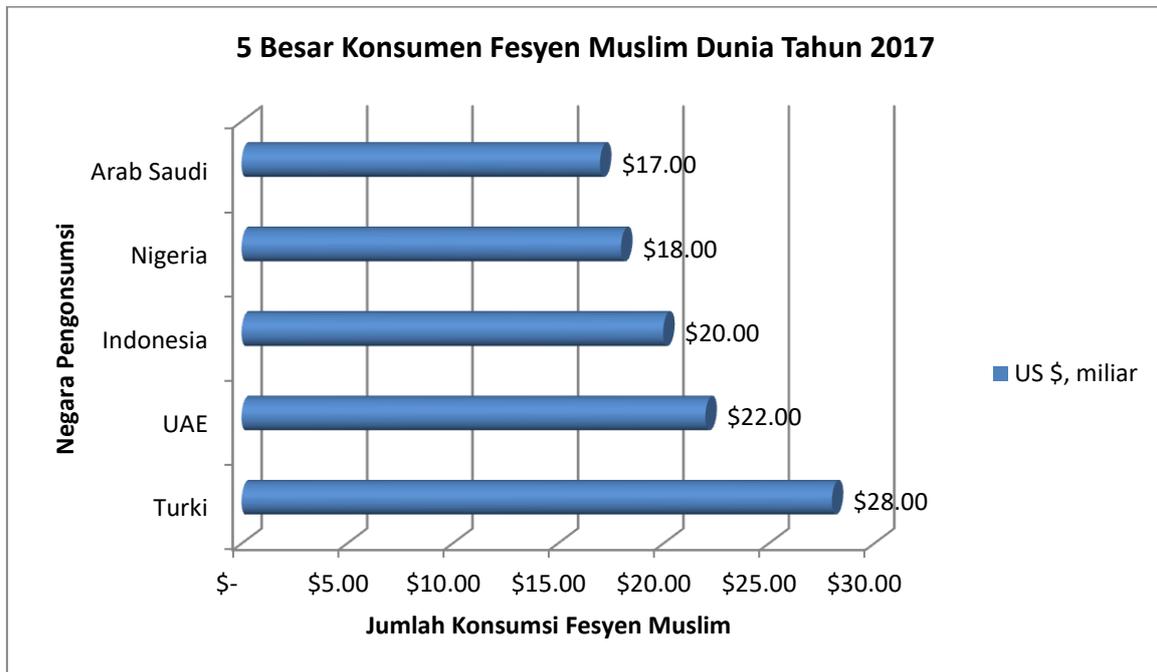


Sumber : Ikm.Kemenperin.go.id, 2019

**Gambar 1.5 Eksportir Utama Pakaian ke Negara-Negara Anggota OKI Tahun 2017**

Data di atas menunjukkan eksportir utama untuk pakaian ke negara-negara anggota OKI (Organisasi Kerjasama Islam). China berada di urutan pertama sebagai negara dengan jumlah ekspor pakaian ke negara-negara anggota OKI terbesar yaitu sejumlah \$9,196 juta. Indonesia berada di posisi ke 9 untuk negara-negara anggota OKI terbesar yaitu sejumlah \$366 juta, sedangkan di antara negara-negara anggota OKI Indonesia menjadi eksportir pakaian terbesar di urutan ke tiga. Hal ini menunjukkan pasar fesyen muslim di dunia belum di garap dengan baik oleh Indonesia. Masih besar peluang Indonesia untuk menggarap lebih baik industri fesyen muslim di dunia.

Didukung dengan data konsumen fesyen muslim di dunia per tahun 2017 yang ada pada grafik 1.3, Indonesia dapat terus mengembangkan industri fesyen muslim dengan besarnya konsumen fesyen muslim di dunia.



Sumber : Ikm.Kemenperin.go.id, 2019

**Gambar 1.6 Lima Besar Konsumen Fesyen Muslim Dunia Tahun 2017**

Konsumen fesyen muslim terbesar berada di negara Turki dengan total pengeluaran untuk fesyen muslim sebesar \$28 miliar. Diikuti dengan UAE di urutan kedua dengan total pengeluaran \$22 miliar dan Indonesia berada pada urutan ketiga dengan total pengeluaran \$20 miliar. Hal ini menunjukkan Indonesia harus terus mempertahankan dan mengembangkan pasar lokal industri fesyen muslim dengan baik. Didukung dengan data kenaikan konsumsi fesyen muslim di Indonesia yang terus meningkat dari tahun 2014 sampai tahun 2017 kenaikan secara garis besar sebesar \$7,31 miliar dari tahun 2014 sebesar \$12,69 miliar dan terus naik sampai tahun 2017 sebesar \$20 miliar. Rata-rata pertumbuhan yang terjadi selama tahun 2014 sampai tahun 2017 adalah sebesar 18,2% per tahun.

**Tabel 1.1 Konsumsi Fesyen Muslim Indonesia**

2014	2015	2016	2017
US\$12,69 miliar	US\$13,28 miliar	US\$13,5 miliar	US\$20 miliar

Sumber : Ikm.Kemenperin.go.id, 2019

PT Mitra Niaga International melihat peluang di industri fesyen muslim dan membangun brand mereka dengan nama Qonnoq. Qonnoq menjual produk fesyen muslim pria dengan jalur distribusi di seluruh Indonesia dan dijangkau secara *online* dan *offline*. Qonnoq memproduksi pakaian dengan bahan berkualitas tinggi yang didapatkan dari penjahit lokal Indonesia. Dengan terus melebarkan sayapnya dan terus melakukan inovasi produk PT Mitra Niaga International terus mengembangkan perusahaannya dengan terus menambah lini produknya. Dari sisi persaingan tentu saja masih banyak *brand* lain yang juga menjual produk yang sama seperti Qonnoq yaitu Koko Al-Noor, Koko Qori, Al-Mia dan Al-Achwan.

Adapula alasan penulis memilih perusahaan yang bergerak di bidang tekstil dan pakaian jadi sebagai tempat kerja magang dikarenakan penulis melihat peluang besar di dalam industri tekstil dan pakaian jadi terutama untuk segmentasi pasar muslim di Indonesia. Karena menurut penulis, sejauh ini PT Mitra Niaga International dapat memberikan kesempatan untuk belajar bagi penulis dan menjadi salah satu *brand* pilihan di pasarnya. Melihat dari keberhasilan PT Mitra Niaga International dalam membangun *brand* di pasar yang sangat tersegmentasi membuat penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana perusahaan ini menjalankan operasionalisasi dan analisa hutang yang ada di perusahaan ini. Berdasarkan uraian diatas, untuk membahas dan mengetahui lebih jelas lagi proses operasionalisasi dan analisa dari hutang di perusahaan tempat penulis melakukan praktik kerja magang, maka penulis menyusun laporan praktik kerja magang ini dengan judul “**Analisa Proses Account Receivable di PT Mitra Niaga International**”.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Berdasarkan dari latar belakang maka tujuan dan maksud dari pelaksanaan kerja magang adalah sebagai berikut :

- a. Untuk masuk dan mengetahui secara langsung bagaimana dunia kerja yang sedang terjadi saat ini.
- b. Untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang sudah didapatkan saat perkuliahan dan mengembangkan wawasan dari dunia kerja
- c. Untuk menambah pengalaman dan mempersiapkan diri untuk menghadapi persaingan kerja.

## **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Selama melakukan kegiatan magang waktu pelaksanaan kerja magang adalah sebagai berikut :

Hari Kerja : Senin sampai Sabtu

Jam Kerja : 08.00 – 17.00

Jam Istirahat : 12.00 – 13.00

Berikut merupakan prosedur pelaksanaan magang dari Universitas Multimedia Nusantara :

- Mahasiswa mengajukan tempat magang dan mengikuti setiap prosedur pengajuan praktik kerja magang di kampus UMN;
- Mahasiswa melakukan praktik kerja magang sesuai dengan periode yang ditentukan dan menyelesaikan setiap tugas dan tanggung jawab yang diberikan oleh Pembimbing Lapangan serta berkoordinasi dengan baik dengan setiap karyawan dan staf di dalam perusahaan.
- Selama praktik kerja magang berlangsung, mahasiswa diwajibkan untuk mengikuti seluruh peraturan yang berlaku di dalam perusahaan serta berkoordinasi langsung dengan Bapak/Ibu HRD jika ada keperluan-keperluan dari mahasiswa.

- Mahasiswa harus mengikuti setiap peraturan yang berlaku di perusahaan/instansi tempat pelaksanaan Kerja Magang dan menyesuaikan diri dengan baik di dalam perusahaan/instansi.
- Setelah Kerja Magang di perusahaan selesai, mahasiswa menuliskan temuan serta aktivitas yang dijalankannya selama kerja magang dalam Laporan Kerja Magang dengan bimbingan dosen Pembimbing Pembuatan Laporan Kerja Magang.
- Mahasiswa harus menghadiri ujian kerja magang dan mempertanggungjawabkan laporannya.

#### **1.4 Sistematika Penulisan Laporan**

Berikut adalah susunan penulisan laporan ini. Laporan ini terdapat empat bab diantara lain:

##### **1. BAB I: PENDAHULUAN**

Di dalam bab ini terdapat fenomena yang menjadi latar belakang dari praktik kerja magang yang dilakukan penulis, maksud dan tujuan penulis melakukan praktik kerja magang, waktu pelaksanaan proses kerja magang beserta seluruh prosedur yang harus dilalui penulis dalam menjalankan praktik kerja magang, dan sistematika penulisan laporan praktik kerja magang.

##### **2. BAB II: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Di dalam bab ini terdapat gambaran umum perusahaan tempat penulis melaksanakan praktik kerja magang beserta tinjauan teori-teori yang memiliki keterkaitan dengan praktik kerja magang penulis.

##### **3. BAB III: PROSES PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

Di dalam bab ini terdapat penjabaran pekerjaan dan detail dari proses yang dilaksanakan oleh penulis selama praktik kerja magang.

##### **4. BAB IV: KESIMPULAN DAN SARAN**

Di dalam bab ini terdapat kesimpulan yang dapat ditarik oleh penulis dari pengalaman praktik kerja magang beserta saran untuk perusahaan tempat praktik kerja magang untuk perbaikan di masa yang akan datang.