

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Adanya kemajuan perekonomian global dewasa ini mendorong pertumbuhan di sektor jasa. Banyak peluang bisnis yang muncul di sektor ini, demikian pula halnya kesempatan kerja semakin luas. Di Indonesia perkembangan sektor jasa semakin pesat. Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya persentasi sektor jasa dalam Produk Domestik Bruto, yaitu 37,3% di tahun 2000 menjadi 42,4% di tahun 2005. Adanya pemicu perkembangan sektor jasa yang demikian pesat, diantaranya (Schoell dan Gultinan, 2002):

1. Adanya peningkatan sektor jasa dalam perekonomian
2. Waktu santai yang semakin banyak
3. Presentase wanita yang masuk dalam angkatan kerja semakin besar
4. Tingkat harapan hidup semakin meningkat
5. Produk-produk yang dibutuhkan dan dihasilkan semakin kompleks
6. Adanya peningkatan kompleksitas kehidupan
7. Meningkatnya perhatian terhadap kelangkaan sumber daya
8. Perubahan teknologi yang berlangsung semakin cepat

Hal-hal yang di uraikan di atas, menggambarkan betapa pentingnya bisnis jasa di dunia modern ini. Kini setiap konsumen tidak sekedar membeli suatu

produk, tetapi segala aspek jasa yang melekat pada produk tersebut, mulai dari tahap prapembelian hingga tahap purnabeli. Perusahaan jasa merupakan perusahaan yang dapat melakukan diferensiasi. Hal ini membawa perubahan yang mendasar pada bisnis utama jasa tersebut. Sebagai contoh, bisnis utama restoran bergeser dari sekedar menyediakan makanan menjadi usaha melayani dengan cara menyediakan suasana yang kondusif dan fasilitas yang memadai, seperti internet, bahkan hiburan musik. Contoh lain, bisnis komputer, kini tidak hanya menjual alat-alat komponen komputer, tetapi menjual solusi untuk memecahkan masalah-masalah pada komputer. Contoh yang lain, kini bisnis jasa pengiriman bukan sekedar mengirim surat atau dokumen saja, tetapi menjual jasa dengan cara melayani konsumen dalam pengiriman barang yang terkecil hingga kendaraan, bahkan pengiriman makanan. Hal itulah yang menjadikan perusahaan jasa pengiriman semakin dicari masyarakat dan dijadikan sebagai alat pemenuhan kebutuhan masyarakat.

Hal tersebut mendorong perusahaan- perusahaan jasa pengiriman yang ada di Indonesia untuk menyusun berbagai strategi dan berlomba- lomba menarik pelanggan. Kenyataan ini mendorong adanya peningkatan minat dan perhatian, baik dari kalangan akademisi maupun praktisi untuk menelaah dan mengkaji berbagai permasalahan dalam sektor jasa.

Setiap perusahaan jasa pengiriman memiliki strategi untuk mencapai tujuannya, salahsatunya yaitu strategi mengelola permintaan. Agar perusahaan jasa dapat mengendalikan variasi permintaannya, perlu faktor- faktor yang

mempengaruhi permintaan, seperti, tingkat permintaan yang mengikuti siklus tertentu yang dapat diprediksi, penyebab utama dari penyebab siklikal tersebut, perubahan cuaca, dan bencana alam. Hal-hal tersebut merupakan kendala karena karakteristik jasa yang intangibility, yaitu jasa tidak dapat disimpan dan harga jasa sukar ditetapkan, sehingga, tidak semua perusahaan jasa pengiriman mampu melakukan pengendalian untuk meningkatkan penjualannya tersebut dan mereka sulit untuk meningkatkan keuntungan perusahaan mereka.

Perusahaan jasa pengiriman melibatkan jasa karyawan seutuhnya. Mulai dari pelayanan atas pelanggan, penggunaan sistem komputerisasi saat memasukkan data pelanggan, tarif, hingga proses pengiriman dan pengantaran barang atau dokumen kepada alamat yang bersangkutan, semuanya itu diperlukan kejujuran dan integritas para karyawan. Peningkatan akan penjualan jasa agar tercapainya tujuan perusahaan pun, melibatkan kinerja karyawan perusahaan seutuhnya dalam mengendalikan perusahaan tersebut. Manajemen perusahaan mempunyai andil penting untuk mengendalikan proses transaksi dalam perusahaan setiap harinya. Prosedur dan kebijakan perusahaan pun menjadi salahsatu alat pengendalian agar proses transaksi pengiriman dapat dilakukan oleh para karyawan dengan benar. Agar perusahaan dapat terkendali dan tetap pada alurnya demi tercapainya tujuan perusahaan, maka perusahaan perlu membandingkan transaksi yang terjadi dengan pendapatan perusahaan setiap harinya. Sehingga, perusahaan dapat melihat apakah

ada hal- hal yang melenceng yang terjadi yang mengakibatkan turun naiknya penjualan jasa pengiriman.

Perusahaan yang dipilih untuk diteliti berkaitan dengan hal- hal di atas adalah PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE). PT. Tiki JNE dipilih untuk diteliti karena perusahaan inilah yang memiliki cabang perusahaan dengan cakupan daerah terluas di Indonesia dan di beberapa negara di dunia. Perusahaan ini juga memiliki pelanggan terbanyak dibandingkan perusahaan jasa kurir lainnya yang ada di Indonesia. Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dalam rangka menyusun tugas akhir untuk mengikuti siding sarjana pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Maranatha Bandung dengan judul:“Peranan Pengendalian Penjualan Jasa Pengiriman dalam Menunjang Peningkatan Penjualan Jasa pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE).”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, dapat diidentifikasi masalah- masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan pengendalian penjualan jasa pengiriman yang dilakukan oleh PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE)?
2. Bagaimana peranan pengendalian penjualan dalam menunjang peningkatan penjualan jasa pengiriman?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui efektivitas pelaksanaan pengendalian penjualan jasa pengiriman yang dilakukan oleh PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE).
2. Untuk mengetahui besarnya peranan pengendalian dalam menunjang peningkatan penjualan jasa pengiriman.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi semua pihak terutama bagi:

1. Penulis

- a. Untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian Sarjana Ekonomi jurusan Akutansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.
 - b. Untuk menambah wawasan penulis mengenai pengendalian penjualan jasa pengiriman dalam menunjang peningkatan penjualan jasa.
2. **Perusahaan**, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atau masukan bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan *volume* penjualan.
 3. **Peneliti Lanjutan**, sebagai bahan perbandingan tentang penerapan teori yang ada pada pelaksanaan yang sesungguhnya.

