

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan dalam dunia bisnis, sudah sangat umum terjadi, persaingan bisnis yang ketat menuntut setiap perusahaan untuk saling berkompetensi, sehingga setiap perusahaan perlu memperhatikan efektifitas dan efisiensi dalam pendayagunaan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan yang ditetapkan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus mempunyai strategi yang tepat untuk mencapai tujuan tersebut. Strategi dalam suatu dunia bisnis atau usaha sangatlah dibutuhkan untuk pencapaian visi dan misi yang sudah diterapkan oleh perusahaan, maupun untuk pencapaian sasaran atau tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Menurut David (2011 : 18-19), strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai.

Perusahaan dalam keberadaannya sebagai entitas bisnis yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan dengan jalan menyediakan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dalam hal ini perusahaan perlu memikirkan tentang harga jual secara tepat karena harga yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik para pembeli untuk membeli atau menggunakan jasa tersebut, penetapan harga jual yang tepat tidak selalu berarti bahwa harga haruslah ditetapkan rendah atau serendah

mungkin, karena banyak konsumen yang mempertimbangkan harga dalam memakai sebuah jasa yang ditawarkan. Sehingga harga pada suatu perusahaan jasa sangat mempengaruhi volume dalam penjualannya. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Mulyadi (2005 : 346), penetapan harga jual dapat mempengaruhi keberlangsungan hidup perusahaan karena merupakan tolak ukur perhitungan pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut, untuk itu perusahaan harus melakukan penetapan harga jual dengan tepat terhadap barang atau jasa yang dihasilkannya. Serta dipertegas lagi oleh pendapat Halim dan Bambang (2005 : 97) menyatakan harga jual produk atau jasa selain mempengaruhi volume penjualan atau jumlah pembeli produk atau jasa tersebut juga akan mempengaruhi jumlah pendapatan perusahaan.

Kotler dan Keller (2007 : 185), menyatakan harga jual adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga jual juga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi, maupun dapat menentukan seberapa jauh kualitas layanan jasa yang dinilai oleh konsumen dan proses pembangunan citra perusahaan.

Perusahaan jasa dalam mengembangkan bisnisnya sangat tergantung pada laba yang diperoleh dari hasil operasionalnya yaitu jasa pengiriman dan pendistribusian barang. Sektor jasa telah mengalami peningkatan yang

dramatis dibandingkan perekonomian sebelumnya, sehingga sektor ini dapat memberikan kontribusi terhadap perekonomian dunia, Kontribusi ini dapat dilihat dari segi laba maupun kemampuan dalam menyerap tenaga kerja, perusahaan yang mencari keuntungan harus dapat memperkirakan segala biaya dalam memproduksi jasa tersebut dan pemasaran jasa tersebut serta menambahkan margin agar mendapatkan keuntungan yang memuaskan (Sennang, 2017).

Perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang jasa terutama jasa pengiriman barang dalam hal ini, Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) perlu menggunakan strategi penetapan harga, agar mampu bersaing dengan perusahaan jasa ekspedisi lain. Keterbatasan waktu yang dimiliki menjadikan mereka tidak ingin direpotkan dengan berbagai hal, seperti mengantarkan paket kepada sanak saudara, keluarga, atau pengiriman dokumen kepada rekan bisnis yang berada di berbagai daerah, luar kota, atau bahkan yang berada di luar negeri. Mereka tidak mempunyai waktu yang cukup untuk mengantar atau mengirimkannya sendiri ke alamat tujuan. Mulyadi (2001:201) mengemukakan bahwa sistem pengiriman barang merupakan suatu kegiatan mengirim barang dikarenakan adanya penjualan barang dagang, penjualan terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa baik secara tunai atau kredit. Berkenaan dengan hal tersebut Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang

jasa pengiriman hadir di kota Gorontalo dan sekitarnya untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) perusahaan jasa bergerak dalam bidang jasa transportasi angkutan darat, laut dan udara yaitu pelayanan paket pengiriman dan distribusi barang atau sesuai surat kirim dari pengirim kepada penerimanya. Dalam hal ini kebijakan penetapan harga jasa kirim pada perusahaan merupakan suatu hal yang sangat penting, seperti yang dikemukakan oleh Lupiyoadi (2009 : 87), menerangkan bahwa harga jasa adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk lain jika perlu) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari jasa pelayanan.

Penelitian yang menguji pengaruh penetapan harga jual terhadap volume penjualan ini diantaranya: Haslia Genda (2013), Imam Rosmansyah (2016) dan Dewi Karlina 2010. Penelitian yang dilakukan oleh Haslia genda (2013) sejalan dengan penelitian Imam Rosmansyah (2016) yang menyatakan bahwa penetapan harga jual berpengaruh terhadap volume penjualan . Sedangkan penelitian Dewi Karlina (2010) menunjukan hasil yang berbeda yang menyatakan bahwa penetapan harga jual tidak berpengaruh terhadap volume penjualan. Ini disebabkan karena harga yang mahal belum tentu tidak diminati oleh konsumen sehingga dapat mengakibatkan volume penjualan menurun, konsumen beranggapan bahwa harga yang mahal tersebut dianggap berkualitas dan sebaliknya harga yang murah biasanya dianggap kurang berkualitas. Hal tersebut dipertegas oleh pendapat Kotler

(2009 : 78) yang menyatakan bahwa kadang-kadang konsumen menerima harga mahal untuk mengindikasikan produk yang lebih baik dan pendapat Swasta (2005 : 149) menyatakan bahwa orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan. Apabila harga lebih tinggi, orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik. Serta dipertegas lagi oleh pendapat Kotler (2009 : 74) yang menyatakan bahwa banyak konsumen menggunakan harga sebagai indikator kualitas. Jadi Konsumen beranggapan bahwa bila harga barang tersebut mahal maka barang tersebut dianggap lebih berkualitas.

Berdasarkan hasil riset pada penelitian terdahulu terkait variabel yang mempengaruhi volume penjualan menjadi salah satu alasan yang melatarbelakangi penelitian ini. Hasil penelitian yang dilakukan Adrianus Widya Kristanto (2013), Pengaruh harga terhadap volume penjualan mie instant goreng pada minimarket indomaret manisrejo di kota Madiun, diperoleh hasil bahwa harga tidak berpengaruh terhadap volume penjualan. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Noer Aji Febriyanto (2015), Pengaruh penetapan harga produk terhadap volume penjualan pada konveksi busana muslim clothing Kendal dari penelitian yang telah dilakukan, diperoleh bahwa hasil penetapan harga produk berpengaruh positif terhadap volume penjualan. Dari beberapa penelitian terdahulu dapat dilihat bahwa hasil yang didapat dari penelitian tersebut memiliki hasil yang berbeda.

Perbedaan dengan penelitian terdahulu terletak pada sampel atau perusahaan yang diteliti. Penelitian ini menggunakan sampel pada perusahaan jasa sedangkan penelitian Kristanto (2013) menggunakan sampel pada perusahaan dagang dan penelitian yang dilakukan oleh Febriyanto (2015) menggunakan sampel pada perusahaan manufaktur.

Perusahaan jasa dipilih karena beberapa penelitian terdahulu seperti diatas hanya melakukan penelitian pada perusahaan manufaktur dan perusahaan dagang, belum sampai meneliti pada perusahaan jasa, disamping itu, saat ini perusahaan jasa sangat berkembang pesat, hal ini dapat dilihat dari banyaknya masyarakat yang membutuhkan jasa, konsumen akan bersedia memakai jasa yang ditawarkan (perusahaan jasa), apabila konsumen yakin bahwa perusahaan yang menawarkan jasa mampu memuaskan konsumen dengan jasa yang mereka tawarkan, dengan melihat hal tersebut maka perusahaan jasa harus terus – menerus melakukan perubahan atau pembaharuan dalam hal pelayanan agar pelanggan merasa puas dan tidak mudah bosan dengan apa yang perusahaan jasa tawarkan sehingga konsumen pun akan terus menggunakan jasa yang ditawarkan.

Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah harga yang telah ditetapkan dalam melakukan pengiriman barang dari Kota Jakarta ke Kota Gorontalo dengan menggunakan ekspedisi JNE yang terdiri dari JNE Reguler, Oke dan Yes dengan 1 tujuan ke kota Gorontalo itu berbeda tarifnya. Dengan tarif yang dimiliki adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Daftar Tarif JNE

Daerah Tujuan	Tarif /Kg	Lama Hari	Keterangan
Jakarta - Gorontalo	51.000 /Kg	1	Ongkos Kirim JNE Yes
Jakarta - Gorontalo	45.000 /Kg	2 - 3	Ongkos Kirim JNE Reguler
Jakarta - Gorontalo	39.000 /Kg	3 - 5	Ongkos Kirim JNE Oke

Sumber: JNE Kota Gorontalo, (2017)

Kita telah mengetahui bahwa yang pengirimannya paling lambat adalah JNE Oke, tapi dalam hal ini JNE Oke yang tarifnya lebih murah terkadang waktu tiba barang sampai ke kota Gorontalo lebih cepat dibandingkan dengan tarif yang lebih mahal yaitu JNE Yes. Waktu tiba barang yang menggunakan JNE Yes sedikit lama untuk sampai pada kota tujuan. sehingga kita melihat bahwa yang seharusnya tarif lebih mahal dijamin untuk kecepatan tiba barangnya dari pada tarif yang lebih murah. Oleh karena itu Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) dalam menentukan tarif pengiriman barang harus memperhatikan selera *costumer* Mengingat suatu tingkat harga yang baik dapat memberikan pengaruh baik di dalam perekonomian maupun dalam perusahaan.

Dari uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik mengambil judul "PENGARUH PENETAPAN HARGA JUAL TERHADAP VOLUME

PENJUALAN PADA PERUSAHAAN JASA PENGIRIMAN BARANG JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE)”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi masalah yaitu tarif penetapan harga pengiriman barang /kg di JNE ini berbeda antara tarif yang satu dengan yang lainnya. dilihat dari JNE Yes, Oke, dan Reguler.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh penetapan harga jual terhadap volume penjualan yang ada pada perusahaan jasa pengiriman barang PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kota Gorontalo.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penetapan harga jual terhadap volume penjualan yang ada pada perusahaan jasa pengiriman barang PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kota Gorontalo.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang

akuntansi dan menjadi bahan masukan serta kajian bagi peneliti selanjutnya yang akan mengkaji permasalahan yang sama.

2. Manfaat Praktis

Bagi perusahaan khususnya pimpinan JNE di Kota Gorontalo agar penelitian ini bermanfaat sebagai bahan informasi dan pertimbangan untuk mengambil kebijakan terutama dalam menentukan tarif pengiriman, yang berkaitan dengan penetapan harga jual dan volume penjualan.