

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis jasa merupakan suatu bidang yang menjual dan menawarkan pelayanan jasa sebagai produknya. Bisnis jasa saat ini adalah sebuah trend bisnis yang sudah berkembang pesat dikalangan masyarakat. Pada dasarnya tujuan bisnis yang paling utama tentunya adalah untuk memperoleh laba dan keuntungan. Pada masa modern ini, bisnis tidak akan pernah lepas dari unsur persaingan. Untuk menghadapi persaingan bisnis saat ini perusahaan dituntut untuk lebih teliti dalam menggunakan strategi bisnis yang efektif agar dapat bersaing meraih konsumen sebanyak-banyaknya, serta meningkatkan kualitas produk/jasa dan kualitas pelayanan yang ditawarkan pada konsumen. Perkembangan zaman yang makin pesat, manusia semakin kreatif dalam menciptakan usaha bisnis, salah satunya adalah bisnis dalam outsourcing.

Outsourcing adalah sebuah sistem dimana tenaga kerja yang bekerja di sebuah perusahaan atau instansi, namun secara hukum, tenaga kerja tersebut di bawah perusahaan lainnya. Pada UU No.13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan, khususnya di pasal 64, tenaga kerja outsourcing ini boleh digunakan untuk melaksanakan sebagian pekerjaan di sebuah perusahaan pengguna dan penyedia tenaga outsourcing. Perlu di garis bawahi, bahwa perusahaan yang menyediakan tenaga kerja outsourcing ini harus berbentuk badan hukum dan mengantongi izin dari badan ketenagakerjaan. Dengan menggunakan outsourcing maka manusia

dapat dengan cepat mencari pekerjaan di berbagai tempat. Dengan demikian perekrutan karyawan outsourcing dilakukan oleh perusahaan penyedia jasa. Karyawan outsourcing akan bekerja untuk perusahaan dengan sistem kontrak yang dibagi menjadi dua yaitu :

- a. Perjanjian Kerja Waktu Tertentu (PKWT)
- b. Perjanjian Kerja Waktu Tidak Tertentu (PKWTT)

Jasa outsourcing adalah bidang usaha yang menyediakan tenaga jasa, karyawan akan dikirimkan ke perusahaan lain (klien) yang membutuhkannya. Ada beberapa contoh jasa outsourcing, yaitu penjaga kebersihan (cleaning servis), keamanan (security), facility management. Jasa cleaning servis yang biasa dikenal masyarakat luas adalah jasa pelayanan petugas kebersihan untuk bagian dalam maupun bagian luar ruangan yang biasa dilakukan di perusahaan, hunian ataupun bangunan lainnya. Saat ini meningkatnya aktivitas atau kegiatan masyarakat, maka jasa outsourcing banyak ditemui dimana saja baik di kota besar maupun di kabupaten.

Para pelaku bisnis jasa ini selalu berusaha bersaing untuk dapat menarik klien supaya mereka mau menggunakan jasa outsourcing cleaning servis milik mereka. Perusahaan harus bisa menarik klien dengan memberi harga yang terjangkau pada pelayanan /jasa serta memberikan kualitas yang terbaik agar klien mau menggunakan jasa outsourcing cleaning servis yang ditawarkan. Klien yang puas terhadap kualitas jasa dan pelayanan cenderung memakai kembali atau menggunakan jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam jasa outsourcing adalah PT. Aeon Delight Indonesia. Perusahaan jasa outsourcing ini memberikan dan melayani kebersihan bagian dalam ataupun bagian luar ruangan seperti Mall, Hotel, Rumah Sakit, Restoran dan yang lainnya. PT. Aeon Delight Indonesia pertama kali didirikan pada tahun 18 maret 2012, oleh bapak Toyofumi Kashi. Lokasi PT Aeon Delight Indonesia berpusat di Roxy mas Jakarta Barat dan salah satu kantor cabang di Medan, Jl Multatuli, Block BB No.8 Hamdan, Kec. Medan Maimun, Kota Medan. Lokasi ini sangat strategis karena berada dipinggir jalan raya dan sangat dekat dengan rumah sakit multatuli sehingga mudah untuk diakses. Dengan adanya tingkat persaingan yang sedemikian ketat maka PT. Aeon Delight Indonesia mengeluarkan berbagai strategi untuk mengantisipasi pesaing baru (*new competitor*) maupun pesaing lama. Strategi yang dikeluarkan akan berorientasi pada penjualan PT. Aeon Delight Indonesia. Terkait dengan strategi dalam memperoleh pelanggan terdapat beberapa hal yang menjadi nilai lebih di mata konsumen yakni : kejujuran dan tanggung jawab kerja, menjaga, kualitas jasa dan pelayanan, beberapa hal inilah yang diduga membuat klien loyal dan melakukan penyambungan kontrak berulang dan merekomendasikan kepada kerabat atau area lain.

Peranan kualitas jasa dan pelayanan menjadi sangat penting karena perkembangan peradaban manusia sehingga mempengaruhi sikap klien dalam perekrutan jasa outsourcing PT. Aeon Delight Indonesia dalam menjalankan bisnisnya sangat mengandalkan jasa yang berkualitas dan pelayanan, karena hal inilah yang dirasakan langsung oleh para klien . Sesuai dengan visi “Aeon

Delight” yaitu menjadi facility servis Integrated Facility Management (IFM) yang handal dan terpercaya serta mampu memberikan pelayanan optimal terkait pengelolaan dan pengeporasian setiap fasilitas, kemudian berkontrobusi pada pertumbuhan klien. Dan misinya adalah:

1. Untuk menyediakan layanan yang efisien dan andal untuk memenuhi hasil yang diharapkan dalam biaya, layanan, dan kualitas untuk kebutuhan pelanggan kami layanan prima didukung oleh kualitas sumber daya manusia yang handal dan terampil.
2. Untuk mendorong hubungan dekat dan langgeng dengan pelanggan kami.
3. Untuk terus-menerus dan cara untuk meningkatkan, berinovasi dan memimpin dalam bidang usaha kami.
4. Untuk memberikan layanan, ide, dan solusi terbaik dari kualitas, ketergantungan, dan ketersediaan layanan industri IFM.

Perusahaan dituntut melakukan berbagai tindakan antisipasi dan efisiensi guna mengurangi ketidakstabilan kondisi keuangan perusahaan dan tetap mempertahankan kegiatan operasional perusahaan dengan berbagai cara, diantaranya menyediakan pelayanan dan jasa sesuai dengan kemauan dari klien. Pelayanan yang telah diberikan dan dimanfaatkan dengan baik oleh klien maka perusahaan akan memperoleh keuntungan dari penjualan tersebut. Oleh karena itu menjadi hal yang sangat vital untuk memperhatikan kondisi aspek pelayanan yang meliputi biaya pemasaran dan upah bahkan kegiatan pemasaran yang merupakan kunci pokok aktivitas perusahaan dalam menjalankan pelayanan dalam kaitannya meningkatkan nilai sekaligus peluang yang signifikan bagi

perusahaan dalam kondisi persaingan usaha yang semakin ketat, sehingga mampu memberikan dampak positif bagi perkembangan perusahaan. Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, berkembang dan mendapatkan laba. Berhasil atau tidaknya dalam mencapai tujuan usaha tergantung tingkat keahlian di dalam bidang pemasaran, produksi dan keuangan maupun bidang lainnya, selain itu tergantung pula pada kemampuan untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar perusahaan dapat berjalan dengan lancar.

Dalam sebuah perusahaan jasa maka sangatlah penting untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan yang sudah diberikan kepada pelanggan/klien. Nilai/ kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan karyawannya dalam memenuhi harapan pelanggan secara baik. Jumlah pelanggan sangat besar pengaruhnya terhadap kelangsungan hidup perusahaan yang bergerak dalam bidang pemasaran jasa, karena bagi perusahaan jasa, klien merupakan sumber pemasukan yang dapat diraih perusahaan, sebaliknya semakin sedikit pelanggan maka semakin sedikit pula pemasukan yang dapat diraih perusahaan.

Dengan demikian, penyedia pelayanan jasa dapat meningkatkan kepuasan klien dengan memaksimalkan pengalaman yang baik dan mengurangi pengalaman klien yang buruk.

Perusahaan harus mempunyai kelebihan seperti menetapkan biaya yang kompetitif. Menurut Purwaji (2018), Biaya adalah besaran dana yang dikeluarkan oleh perusahaan dengan tujuan menghasilkan suatu produk atau jasa . Dalam

memasarkan suatu jasa dan pelayanan, supaya dapat meraih sukses setiap perusahaan harus menetapkan biaya secara tepat. Biasanya klien dalam menggunakan layanan jasa akan membanding-bandingkan biaya, memilih layanan jasa yang biaya dasarnya murah dan memilih layanan jasa yang biayanya sebanding dengan kualitasnya.

Biaya Kontrak adalah nilai pekerjaan yang dikerjakan oleh pihak pemborong berdasarkan surat perjanjian, surat perintah kerja dalam jangka waktu tertentu dan jumlah biaya tertentu.

Berikut akan disajikan data perbandingan biaya kontrak PT. Aeon Delight Indonesia dengan area jasa outsourcing lainnya :

Tabel 1.1: Data Biaya Pemasaran PT. Aeon Delight Indonesia

NO	BULAN	AREA	BIAYA PEMASARAN
1	Februari	CENTER POINT MALL	Rp. 470.000.000
2	Februari	HOTEL SANTIKA	Rp. 450.000.000
3	Februari	PT. KAO	Rp. 150.000.000
4	Februari	PT. ASW FOODS	Rp. 440.000.000
Jumlah			Rp. 1.510.000.000

Sumber : PT. Aeon Delight Indonesia 2023

Tabel 1.2 Data Gaji karyawan dengan outsourcing area lain

No	Area	Jumlah Karyawan	Gaji Perbulan	Jumlah
1	CENTER POINT MALL	40	Rp. 3.624.000	Rp.144.960.000
2	HOTEL SANTIKA	30	Rp. 3.624.000	Rp. 108.720.000
3	PT.KAO	25	Rp. 3.624.000	Rp. 90.600.000
4	PT.ASW FOODS	32	Rp. 3.624.000	Rp.115.968.000
Total				Rp.460.248.000

Sumber: PT. Aeon Delight Indonesia 2023

Krisis perekonomian global yang melumpuhkan kondisi keuangan dunia menimbulkan dampak bagi kegiatan bisnis di Indonesia. Hal ini menimbulkan dari biaya-biaya peralatan yang dibutuhkan mengalami kenaikan terbesar diluar biaya kontrak. Karena pada unsur biaya peralatan terdiri dari chemical, cleaning solution dan mesin kebersihan yang mudah sekali mengalami kenaikan. Kondisi ini bertolak belakang dengan teori yang diungkapkan oleh soekirno bahwa pengusaha akan memperoleh keuntungan maksimum dengan meminimum biaya peralatan.

Begitu banyak yang patut menjadi pertimbangan dalam menjalankan bisnis, terlebih menyangkut biaya yang umumnya merupakan suatu hal yang sensitif dalam pemasaran jasa atau pelayanan. Biaya-biaya yang dibebankan meliputi : biaya peralatan, biaya pemasaran, gaji karyawan dalam penentuan penetapan biaya.

Pelayanan dan jasa dengan kualitas tentunya akan memiliki jaminan kepuasan tinggi yang dapat diterima klien, nantinya kepuasan yang diterima klien dapat teraplikasi dalam penyambungan kontrak yang dilakukan. Perasaan klien yang merasa puas nantinya akan menguntungkan perusahaan dengan peningkatan pemasaran, karena klien yang merasa puas secara tidak langsung menjadi tempat promosi yang baik terhadap perkembangan bisnis.

Berdasarkan permasalahan tersebut penulis tertarik untuk meneliti tentang “ Pengaruh Biaya kontrak Terhadap Laba Perusahaan di PT. Aeon Delight Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di ungkapkan diatas, maka rumusan masalah penelitian yang diajukan adalah:

1. Apakah pengaruh biaya kontrak terhadap laba perusahaan PT. Aeon Delight Indonesia Tahun 2022 ?
2. Apakah pengaruh gaji karyawan terhadap laba perusahaan PT. Aeon Delight Indonesia ?
3. Apakah pengaruh bersama-sama simultan dalam menentukan biaya kontrak dan gaji karyawan terhadap laba perusahaan PT. Aeon Delight Indonesia ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sesuai dengan fokus permasalahan diatas adalah :

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh biaya kontrak terhadap laba perusahaan PT. Aeon Delight Indonesia.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh gaji karyawan terhadap laba di PT Aeon Delight Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh penetapan metode dalam menentukan biaya kontrak dan gaji karyawan terhadap laba perusahaan PT. Aeon Delight Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan atas penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
Penelitian ini diharapkan memberi mamfaat bagi PT. Aeon Delight Indonesia dan perusahaan lainnya sebagai pertimbangan dan evaluasi terhadap kebijakan biaya kontrak kerja selama ini dan sebagai implikasi lebih lanjut guna menciptakan peningkatan pemasaran.
2. Bagi Penulis
Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan sekaligus penerapan teori kasus yang nyata, dan dapat mendalami masalah yang berkaitan dengan pengaruh biaya kontrak terhadap laba perusahaan di PT. Aeon Delight Indonesia.
3. Bagi Pihak Kampus
Penelitian ini diharapkan bermamfaat sebagai referensi untuk pengembangan tentang manajemen pada bisnis outsourcing dimasa yang akan datang dan sebagai bahan untuk menambah pustaka di bidang ekonomi, terutama fakultas ekonomi.