

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Handphone bukanlah menjadi barang mewah lagi saat ini, melainkan merupakan kebutuhan primer yang dibutuhkan oleh hampir oleh seluruh lapisan masyarakat di Indonesia. Di era *globalisasi* atau yang disebut dengan "zaman mendunia" sekarang ini, *handphone* juga semakin canggih. Dahulu, internet memang kurang dikenal di Indonesia. Kebutuhan akan akses internet mungkin bisa dikatakan minim, mengingat keberadaan warnet yang sedikit. Warnet akan banyak ditemui di daerah sekitar kampus perkuliahan dan kota-kota besar saja. Namun semakin berkembangnya dunia internet, semakin canggihnya alat elektronik sehingga produsen *handphone* juga semakin turut aktif berinovasi menciptakan aplikasi internet yang membantu memudahkan setiap orang untuk dapat mengakses internet jika dibutuhkan.

Keberadaan internet juga semakin dibutuhkan oleh masyarakat luas. Adanya *handphone* canggih yang berbasis internet baik *blackberry*, *android* dan *windows* semakin membuat masyarakat diberikan nuansa baru. Internet mampu menghubungkan orang yang jauh "terasa" dekat. Internet dahulu mungkin hanya bisa diakses dengan komputer atau laptop saja, tidak begitu praktis untuk bisa dibawa kemana-mana. Dengan adanya *handphone* yang berbasis internet, masyarakat akan dimudahkan untuk mengakses ineternet dimanapun dan kapanpun mereka mau. Karena *handphone* merupakan alat komunikasi yang

praktis yang hanya dengan digenggam, bisa dibawa kemana-mana. Bahkan disimpan di saku baju atau celana-pun bisa, sehingga tidak ada alasan lagi masyarakat sangat dengan mudah membawa alat komunikasi yang keberadaannya dirasa sangat membantu dan di sisi lain bisa melakukan akses internet sekaligus.

Namun apakah arti sebuah *handphone* jika tidak ada kartu perdana yang diciptakan oleh operator seluler dalam mendukung keberadaan *handphone*. Kartu perdana yang diciptakan oleh perusahaan operator seluler merupakan alat yang menyempurnakan terciptanya fungsi *handphone*. Dimana dalam berkomunikasi, harus ada biaya yang dikeluarkan. Perusahaan operator seluler menciptakan "chip" kartu perdana yang menjadi alat pendukung *handphone* seluler yang bisa digunakan masyarakat dalam berkomunikasi. Perusahaan operator seluler menjual jasa jaringan yang bisa digunakan dalam berkomunikasi, produknya berupa pulsa dan kartu perdana yang bisa dibeli baik di konter pengisian pulsa maupun di perusahaan-perusahaan ritel yang juga menyediakan penjualan pulsa dari semua *operator* yang ada.

Pulsa yang dibutuhkan masyarakat untuk dapat berkomunikasi dulunya cuma berfungsi untuk biaya panggilan suara atau telepon dan *sms (short message system)* atau yang bisa digunakan untuk mengirim pesan berupa tulisan yang nantinya bisa dibaca oleh si penerima pesan. Namun dengan semakin dibutuhkannya akses internet, bukan cuma panggilan suara dan *sms* saja yang kini dibutuhkan oleh masyarakat. Masyarakat kini mampu mengirim pesan berupa gambar atau foto yang semakin membantu pengguna untuk bisa

mengetahui perkembangan diri dan keadaan secara nyata yang tentunya itu merupakan peranan penting dari operator seluler. Pendapatan operator seluler juga akan meningkat dengan kebutuhan akan internet yang bertambah. Jika hanya digunakan untuk telepon dan *sms* mungkin operator seluler hanya mendapatkan pemasukan yang tidak begitu banyak tapi dibandingkan dengan internet yang bisa dibilang "mahal" untuk para pemula pemakai internet yang tentunya dampaknya berpengaruh besar dalam hal pendapatan perusahaan operator seluler. Dengan adanya internet perusahaan operator seluler akan mendapatkan keuntungan yang lebih banyak, yaitu panggilan suara, *sms*, internet dan sebagainya.

Kesan "mahal" kini bisa diatasi oleh operator seluler dengan membuat terobosan berupa "paket" internet, dimana masyarakat diberikan harga yang relatif murah dengan jangka waktu yang ditentukan sesuai dengan harga pembelian paket dan "batas" atau *kuota* ditawarkan. Paket internet yang ditawarkan rata-rata memiliki masa pemakaian selama sebulan atau 30 hari, yang jika masa pemakaian tersebut habis maka konsumen bisa memakai lagi dengan membeli kembali paket tersebut.

Dengan semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan *handphone*, maka dengan sendirinya memacu perusahaan untuk dapat membuka perusahaan jasa operator seluler yang keberadaannya akan bersaing mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Dengan kepercayaan tersebut, maka masyarakat akan menggunakan merek operator seluler tertentu yang demikian akan memberikan pemasukan pendapatan yang semakin tinggi bagi

perusahaan. Untuk meraih kepercayaan masyarakat agar dapat menggunakan produk layanannya juga menuntut perusahaan operator seluler berlomba-lomba memberikan tawaran paket internet yang bervariasi dan memperkuat jaringannya dengan cara membangun menara-menara pemancar gelombang "tower" BTS (*best trasceiver system*) yang menjadi daya untuk memperkuat jaringan dalam memuaskan pelayanan pelanggan yang menggunakan jasanya.

Perusahaan operator seluler tidak berdiri sendiri, ada perusahaan distributor yang membantu memegang kendali pemasaran di berbagai daerah di seluruh Indonesia yang juga sama-sama ingin mendapatkan keuntungan dari banyaknya konsumen yang menggunakan jasa operatornya. Berbagai macam cara dibebankan oleh perusahaan operator seluler kepada distributor sebagai pemegang hak pemasaran penjualan produknya di daerah-daerah yang ditentukan untuk meraih area pemasaran yang luas dan banyak. Logikanya mudah, semakin banyak meraih penjualan kepada konsumen ditengah ketatnya persaingan perusahaan operator yang ada maka operator tersebut bisa semakin maksimal dalam memperoleh pendapatan. Sehingga dengan maksimalnya pendapatan yang didapat akan semakin membuat perusahaan berkembang yang tentunya dengan besarnya pendapatan tersebut perusahaan akan semakin memperbaiki kualitas layanannya dan meminimalisir kekecewaan konsumen yang menggunakan jasanya.

Perusahaan distributor yang diberikan kepercayaan untuk memegang kuasa pemasaran penjualan produk dari perusahaan operator seluler juga dituntut jeli untuk dapat dengan maksimal memanfaatkan peluang yang ada. Di

era penggunaan internet yang semakin berkembang saat ini, operator seluler lebih memfokuskan penjualan dari segi paket internet. Operator seluler menjadikan penjualan paket internet kepada perusahaan distributor sebagai produk yang wajib diutamakan karena sifat keuntungan yang lebih besar daripada panggilan suara dan "sms".

Salah satu perusahaan distributor yang ada adalah distributor bunga, pemegang penuh hak pemasaran untuk wilayah madura dari produk yang dikeluarkan oleh perusahaan operator seluler terbesar di indonesia yaitu PT. Cinta. Tanggung jawab besar sebagai distributor yang memegang pemasaran produk PT. Cinta yang bisa dikatakan memiliki konsumen terbanyak dan merajai hampir di banyak daerah di indonesia. Alokasi dana yang dikucurkan oleh PT. Cinta juga terbilang besar untuk membantu distributor bunga "memenangkan" wilayah pemasaran di madura. Maklum, di madura produk dari PT. Cinta masih tergolong kalah dari perusahaan operator kompetitor. Dengan alokasi dana yang besar untuk meraih predikat "pemenang" di madura, PT. Cinta tidaklah main-main. Produk andalannya bervariasi, mulai dari biaya panggilan yang murah, biaya sms yang murah dengan bonusnya panggilan bicara dan sms yang memikat pengguna beralih untuk menggunakan produknya, paketan internet baik pengguna *handphone* dengan merk *blackberry*, *android* dan *windows* yang juga terbilang relatif lebih murah dari kompetitor "pemenang" wilayah madura.

Dengan keadaan tersebut, PT. Cinta menciptakan tim "khusus" yang harus disiapkan oleh distributor bunga dan membentuk divisi *broadband* . Bisa

dikatakan, *broadband* sebagai ujung tombak penyerap pengguna "baru" untuk menggunakan produk dari PT. Cinta. Yang harus dilakukan tim *broadband* adalah memelopori sosialisasi kepada konter penjual pulsa, sehingga secara tidak langsung konsumen yang membutuhkan paket internet di konter mau menggunakan dan bahkan beralih dari produk kompetitor yang digunakan sebelumnya. Melakukan penjualan yang maksimal ke konter dan mendampingi divisi *marketing* ataupun divisi *community* disetiap kesempatan acara serta pada momen-momen tertentu yang ramai dan banyak berkumpulnya masyarakat. Tim dari divisi *broadband* distributor bunga harus menguasai semua materi terkait paket data internet yang dimiliki oleh produk dari PT. Cinta sehingga mampu memberikan kontribusi pertumbuhan pengguna maupun dari pemakain paket data internet dari produk milik PT. Cinta.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas bahwa pentingnya sistem pengendalian internal sebuah perusahaan, sehingga bisa dirumuskan masalah sebagai berikut:

Bagaimanakah efektifitas penerapan sistem pengendalian internal distributor Bunga untuk tim *broadband* pada praktek di lapangan terhadap pemenuhan target yang dibebankan?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan dan menilai sebuah sistem pengendalian internal atas praktek penjualan kartu perdana yang

menjadi target bagian *broadband* sudah berjalan efektif atau mungkin perlu ada pembenahan tambahan agar kualitas sistem pengendalian internal perusahaan menjadi lebih baik dan efektif sesuai dengan prinsip pengendalian internal yang baik.

1.4. Manfaat Penelitian

Ditinjau dari tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1. Bagi Peneliti

Pentingnya sebuah penelitian ini untuk mengetahui dan menilai secara langsung fakta di lapangan tentang penerapan sebuah sistem pengendalian internal yang dimiliki perusahaan.

1.4.2. Bagi Distributor Bunga

Dapat memberikan masukan informasi tambahan tentang sistem pengendalian internal yang diterapkan di perusahaannya sehingga kedepannya kinerja tim di perusahaannya dapat berjalan lebih baik lagi.

1.4.3. Bagi Pembaca

Diharapkan menjadi sebuah kajian disiplin ilmu akuntansi yang dapat dijadikan acuan, masukan dan bahan referensi untuk memperkaya konsep atau teori terkait sistem pengendalian internal.