

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Prosedur**

##### **1. Pengertian Prosedur**

Dalam suatu tatanan kegiatan, tidak pernah terlepas dari suatu aturan, agar kegiatan yang dilakukan dapat berjalan sesuai dengan yang diinginkan oleh pelaku kegiatan. Aturan-aturan tersebut dapat disebut juga dengan prosedur karena dalam menjalankan kegiatan tersebut akan dijadikan sebagai acuan bagi si pelaku kegiatan.

Prosedur merupakan suatu urutan klerikal, biasanya melibatkan beberapa orang dalam satu departemen atau lebih, yang dibuat untuk menjamin penanganan secara seragam transaksi perusahaan yang terjadi berulang-ulang (Mulyadi, 2016:4). Prosedur adalah urutan-urutan seri tugas yang saling berkaitan dan dibentuk guna menjamin pelaksanaan kerja yang seragam (Nafarin, 2013:9). Prosedur adalah suatu susunan teratur sebuah kegiatan yang berhubungan satu dengan lainnya dan prosedur-prosedur yang berkaitan memudahkan dan melaksanakan kegiatan utama dari suatu organisasi (Kamaruddin dalam Anggara, 2014).

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa prosedur adalah rangkaian aktivitas atau kegiatan yang dilakukan secara berulang-ulang oleh sekelompok orang di dalam suatu kegiatan dengan cara yang sama untuk memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan.

## **2. Karakteristik Prosedur**

Adapun karakteristik prosedur (Mulyadi, 2016) adalah sebagai berikut:

- a. Prosedur mampu menciptakan adanya pengawasan yang baik dan menggunakan biaya yang seminimal mungkin.
- b. Prosedur menunjukkan adanya penetapan keputusan dan tanggung jawab.
- c. Prosedur menunjang tercapainya tujuan suatu organisasi.
- d. Membantu efisien dan efektivitas kerja dari suatu unit organisasi.

## **3. Manfaat Prosedur**

Manfaat penerapan prosedur dalam suatu perusahaan (Mulyadi, 2016), diantaranya:

- a. Adanya suatu petunjuk atau program kerja yang jelas dan harus dipatuhi oleh seluruh pelaksana.
- b. Membantu dalam usaha peningkatan produktivitas kerja yang efisien.
- c. Memudahkan dalam menentukan langkah-langkah kegiatan di masa yang akan datang.

## **B. Perusahaan**

Perusahaan adalah suatu organisasi yang didirikan oleh seseorang atau sekelompok orang atau badan lain yang kegiatannya melakukan produksi dan distribusi guna memenuhi kebutuhan ekonomis manusia. Kegiatan produksi

dan distribusi dilakukan dengan menggabungkan berbagai faktor produksi, yaitu manusia, alam, dan modal. Kegiatan tersebut dilakukan secara terus-menerus atau teratur dan dengan tujuan memperoleh keuntungan (laba).

Menurut Nafarin (2013:14), ada 5 macam jenis perusahaan, yaitu:

1. Perusahaan dagang (*trading company*) merupakan perusahaan yang kegiatan usahanya adalah membeli barang kemudian menjual kembali kepada pelanggan tanpa mengubah bentuk barang tersebut.
2. Perusahaan industri (*industry company*) merupakan perusahaan yang mengelola suatu benda (bahan baku) menjadi produk (barang jadi) tertentu untuk dijual. Perusahaan industri dalam arti sempit disebut dengan perusahaan manufaktur atau perusahaan pabrikasi.
3. Perusahaan agraris (*agrarian company*) adalah perusahaan yang melakukan kegiatan di bidang pertanian, perkebunan, peternakan, dan perikanan yang hasilnya dijual.
4. Perusahaan ekstraktif (*extractive company*) adalah perusahaan yang mengambil (mengeksploitasikan) kekayaan alam yang tersedia dengan maksud untuk dijual tanpa harus mengubah bentuk barang yang diambil tersebut.
5. Perusahaan jasa (*service company*) adalah perusahaan yang menerima uang jasa dari kegiatannya menyediakan *asset* (harta), tenaga untuk pelayanan kepada pelanggan. Perusahaan tersebut hanya menghasilkan jasa dan bukan barang atau produk untuk pelanggan.

## C. Jasa

### 1. Pengertian Jasa

Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain dan merupakan barang yang tidak berwujud (*untangible*) serta tidak berakibat pada kepemilikan akan sesuatu (Rismiyati dan Suratno, 2006:270). Jasa merupakan produk yang terdiri dari aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang dijual (Abdullah dan Tantri, 2012:153). Jasa merupakan sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan (Stanton dalam Alma, 2009:243). Jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang *output*-nya bukan produk dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai, sehat) bersifat tidak berwujud (Zeithaml dan Bitner dalam Alma, 2009:243). Jasa adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun (Kotler dan Keller, 2009:36).

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan setiap kegiatan atau yang ditawarkan oleh seseorang atau organisasi dan bersifat tidak berwujud (*intangible*), tidak menghasilkan kepemilikan, dan dapat memberikan kepuasan.

### 2. Karakteristik Jasa

Setiap produk mempunyai karakter atau ciri-ciri tersendiri. Karakter itulah yang sering membuat suatu produk menjadi istimewa. Tidak hanya

produk barang yang memiliki karakteristik, begitu juga dengan produk jasa, akan tetapi karakteristik produk barang berbeda dengan karakteristik jasa.

Menurut Alma (2009:243-244) dan Kotler dan Keller (2009:39-41) menjelaskan secara umum ada 4 karakteristik atau sifat jasa, yaitu:

- a. *Intangibility* (tidak berwujud). Jasa berbeda dengan barang. Bila barang merupakan suatu objek, alat atau benda, maka jasa adalah suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (*performance*), atau usaha. Oleh sebab itu, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Jasa tidak bisa disimpan, tidak bisa dipatenkan, dipajangkan, dan diperlihatkan. Bagi para pelanggan, ketidakpastian dalam pembelian jasa relatif tinggi karena terbatasnya *search qualities*, yakni karakteristik fisik yang dapat dievaluasi pembeli sebelum pembelian dilakukan. Untuk jasa, kualitas apa dan bagaimana yang akan diterima konsumen, umumnya tidak diketahui sebelum jasa bersangkutan dikonsumsi.
- b. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan). Barang biasa diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.
- c. *Variability/Heterogeneity* (berubah-ubah). Jasa bersifat variabel, artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis tergantung kepada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi. Hal ini dikarenakan

jasa melibatkan unsur manusia dalam proses produksi dan konsumsinya yang cenderung tidak bisa diprediksi dan cenderung tidak konsisten dalam hal sikap dan perilakunya.

d. *Perishability* (dapat musnah) serta tidak dapat disimpan.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa karakteristik jasa pada umumnya tidak berwujud dan beragam bentuknya, sehingga sulit untuk menentukan standar pelaksanaan penjualan jasa tersebut. Jasa tidak dapat disimpan dan tidak dapat dipisahkan. Produk jasa biasanya menyajikan beberapa jasa pelayanan.

## **D. Pengiriman**

### **1. Pengertian Pengiriman**

Pengiriman adalah kegiatan pemindahan barang (muatan) dan penumpang dari suatu tempat ke tempat lain (Salim, 2016:6). Pengiriman merupakan suatu usaha dan kegiatan mengangkut atau membawa barang dan/atau penumpang dari suatu tempat ke tempat lainnya. Pengangkutan atau pemindahan penumpang/barang dengan transportasi adalah untuk dapat mencapai tempat tujuan dari barang yang diangkut (Gunawan, 2015:1). Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pengiriman merupakan suatu kegiatan pengangkutan barang dari suatu tempat ke tempat yang lain melalui jalur yang ada dan mempunyai tujuan tersendiri.

## 2. Klasifikasi Pengiriman

Pengiriman dapat diklasifikasikan menurut macam/moda/jenisnya (Gunawan, 2015:2-3), diantaranya:

- a. Dari segi barang yang diangkut, yaitu:
  - 1) Angkutan umum (*passenger*).
  - 2) Angkutan barang (*goods*).
  - 3) Angkutan pos (*mail*).
- b. Dari sudut geografis, antara lain:
  - 1) Angkutan antarbenua/*continental*.
  - 2) Angkutan antarpulau.
  - 3) Angkutan antarkota.
  - 4) Angkutan antardaerah.
  - 5) Angkutan di dalam kota.
- c. Dari sudut teknis dan alat pengangkutannya, yaitu:
  - 1) Angkutan jalan raya.
  - 2) Pengangkutan rel.
  - 3) Pengangkutan melalui air di pedalaman.
  - 4) Pengangkutan pipa.
  - 5) Pengangkutan laut atau samudra.
  - 6) Pengangkutan udara.

## E. Barang Retur

Barang adalah benda-benda yang berwujud, yang digunakan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya atau untuk menghasilkan benda

lain yang akan memenuhi kebutuhan masyarakat. Barang adalah benda dalam berbagai bentuk dan uraian, yang meliputi bahan baku, barang setengah jadi, dan barang jadi/peralatan (Marbun, 2010:1). Barang merupakan segala jenis sesuatu yang dapat digunakan sebagai alat pemuas kebutuhan manusia (Zamroni, 2009:3). Sedangkan retur berasal dari bahasa Inggris *return* yang berarti kembali ([www.kbbi.web.id](http://www.kbbi.web.id)). Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa barang retur adalah barang yang telah dibeli oleh *customer* dan di kembalikan kepada penjual karena hal tertentu, mungkin karena rusak dalam perjalanan atau pengiriman barang yang tidak memenuhi spesifikasi yang diinginkan *customer*.

Sebagai bagian dari *service* untuk pelanggan, menerima barang rusak adalah suatu kewajiban. Serta menerima barang *expired* adalah salah satu *service* yang diberikan oleh transporter. Jika pada perjanjian awal/ketentuan produsen (*customer*) tentang produk rusak atau *expired* harus dimuat kembali oleh transporter maka transporter harus konsekuen dengan perjanjian tersebut. Menurut Suryani, dkk (2014:46), adapun macam-macam barang retur adalah:

1. Barang-barang yang diterima kualitasnya tidak sama dengan pesanan.
2. Barang yang rusak.
3. Waktu pengiriman terlambat.
4. Barang yang sudah *expired*.