

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Beberapa tahun belakangan ini, dunia usaha mengalami persaingan yang semakin ketat, hal ini terjadi karena semakin banyaknya perusahaan baru yang masuk dalam suatu industri bisnis tertentu. Untuk mempertahankan keberadaannya di dunia bisnis, suatu perusahaan harus mampu memenuhi permintaan konsumen dan berdaya saing. Perusahaan dapat meningkatkan daya saingnya dengan menguasai industri melalui diferensiasi produk atau dengan menawarkan harga lebih rendah kepada konsumen.

Hal yang paling sering dilakukan perusahaan untuk menguasai industri bisnis adalah melalui penawaran harga serendah mungkin kepada konsumen tanpa mengurangi kualitas dari produk yang dihasilkan (Hansen Mowen, 2001). Dengan penawaran harga yang rendah, perusahaan dapat meningkatkan daya saingnya. Bila produk yang telah diberikan kepada konsumen dapat dimanfaatkan dan perusahaan memperoleh balas jasa dari masyarakat yang menggunakan produk yang ditawarkan itu berarti perusahaan mempunyai kedudukan yang kuat untuk melakukan persaingan dengan perusahaan-perusahaan sejenis.

Untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, perusahaan dituntut untuk melakukan kegiatan operasionalnya secara efektif dan efisien. Efektivitas sebagai dasar keberhasilan dan efisiensi sebagai syarat minimal untuk kelangsungan hidup perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan secara keseluruhan. Tujuan utama

perusahaan pada intinya sama, yaitu dapat meningkatkan *volume* penjualan sehingga laba yang dihasilkan akan terus meningkat, namun tanpa meninggalkan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Peningkatan *volume* penjualan mengakibatkan pemimpin perusahaan tidak mungkin dapat mengawasi seluruh aktivitas perusahaannya oleh karena itu dibutuhkan suatu alat bantu yang memadai untuk membantu dalam menjalankan operasi perusahaan agar kesalahan, kecurangan, penyelewengan, dan tindakan-tindakan lain yang dapat merugikan perusahaan dapat ditekan serendah mungkin. Alat bantu yang dimaksud adalah pengendalian manajemen dalam perusahaan (Mulyadi, 2001: 646).

Adanya pengendalian manajemen akan menjamin dipenuhinya kebijakan manajemen. Pengendalian manajemen didefinisikan sebagai proses yang mempengaruhi manajer lain dalam anggota organisasi untuk menerapkan strategi organisasi (Anthony, 2005: 57). Tiap perusahaan mempunyai strategi yang berbeda-beda, dan pengendalian harus disesuaikan dengan strategi yang diterapkan oleh perusahaan itu. Pengendalian manajemen terdiri dari enam tahapan yaitu perumusan strategi, perencanaan strategi, penyusunan program, penyusunan anggaran, implementasi, dan *monitoring* (Mulyadi, 2001: 10).

Sejalan dengan meningkatnya pelaksanaan pembangunan dan persaingan antar perusahaan satu dengan yang lain, pihak manajemen juga harus memikirkan solusi untuk mengoptimalkan usahanya dengan meminimalkan biaya produksi dan tetap mempertahankan kualitas produk, karena biaya produksi berpengaruh pada

harga pokok penjualan, tingkat harga, dan perolehan laba. Keberhasilan perusahaan dalam mengendalikan pengeluaran biaya produksi akan berpengaruh positif terhadap peningkatan laba dan kemajuan perusahaan. Dengan demikian permintaan konsumen akan produk tersebut akan meningkat.

Peningkatan permintaan konsumen akan dapat meningkatkan penjualan perusahaan, yang akan memperkuat posisi perusahaan dalam industri bisnisnya. Penjualan merupakan salah satu bagian yang paling penting dalam perusahaan karena dapat menghasilkan aliran pendapatan yang digunakan untuk menutupi biaya-biaya yang dikeluarkan. Karena begitu pentingnya fungsi penjualan, oleh karena itu perusahaan dituntut untuk dapat meningkatkan efektivitas penjualannya agar dapat menghasilkan produk yang bermutu dan harga yang bersaing.

Untuk mengetahui peranan pengendalian manajemen dalam menunjang efektivitas penjualan, penulis memilih PT. X di Bandung, sebagai objek penelitian dengan pertimbangan perusahaan tersebut merupakan perusahaan tekstil yang dapat menguasai pasar dan dapat bersaing.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik melakukan penelitian dalam bentuk skripsi yang berjudul:

“PENGARUH PENGENDALIAN MANAJEMEN DALAM MENUNJANG EFEKTIVITAS PENJUALAN”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas, dapat diidentifikasi masalah sehubungan dengan peranan pengendalian manajemen dibidang penjualan adalah sebagai berikut:

1. Apakah pelaksanaan pengendalian manajemen atas penjualan dalam perusahaan telah dilaksanakan secara memadai?
2. Apakah penjualan telah dilaksanakan secara efektif?
3. Sejauh mana peran pengendalian manajemen dalam menunjang efektivitas penjualan perusahaan?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk memperoleh pengetahuan yang lebih luas dalam bidang pengendalian manajemen dan bukti empiris mengenai peranan pengendalian manajemen dalam menunjang efektivitas penjualan dalam suatu perusahaan.

1.3.2 Tujuan penelitian

Tujuan penelitian mendapatkan jawaban atas masalah-masalah yang ada diidentifikasi masalah:

1. Mengetahui pelaksanaan pengendalian manajemen atas penjualan yang telah dilaksanakan oleh perusahaan.
2. Mengetahui tingkat efektivitas penjualan yang telah dilaksanakan.

3. Mengetahui sejauh mana peranan pengendalian manajemen dalam menunjang efektivitas penjualan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Penulis.
 - a. Untuk menambah pengetahuan dan pemahaman diri di bidang pengendalian internal khususnya pengendalian manajemen dalam menunjang efektivitas penjualan.
 - b. Untuk membandingkan antara teori yang telah dipelajari dengan praktik yang sesungguhnya yang terjadi di perusahaan.
 - c. Untuk menerapkan ilmu yang dipelajari penulis selama kuliah pada perusahaan yang diteliti.

2. Perusahaan yang diteliti.

Bagi perusahaan diharapkan hasil penelitian ini memberikan saran dan masukan bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam melaksanakan pengendalian manajemen yang dapat membantu manajer perusahaan dalam mengefektivaskan penjualan agar sesuai dengan sasaran yang dicapai.

3. Bagi peneliti berikutnya maupun pihak lain, diharapkan dapat menambah pengetahuan dan sebagai bahan referensi, terutama dalam bidang yang berhubungan dengan penjualan.