

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sama halnya dengan konsumen atau pembuat kebijakan, organisasi bisnis dan nirlaba sangat dipengaruhi oleh ketergantungan ekonomi yang tumbuh secara cepat dan peningkatan persaingan dari negara lain (Blocher *et al*, 2007:12). Perjanjian Perdagangan Bebas Amerika Utara (*North American Free Trade Agreement* – NAFTA), Organisasi Perdagangan Dunia (*World Trade Organization* – WTO), Uni Eropa (*European Union* – EU), dan semakin banyaknya persekutuan perusahaan multinasional yang besar membuat semakin jelas bahwa kesempatan untuk tumbuh dan kemampuan memperoleh laba terletak pada pasar global (Blocher *et al*, 2007:12-13).

Berdasarkan hal tersebut, pada era globalisasi seperti saat ini, persaingan dunia usaha menjadi sangat ketat dan terbuka. Persaingan yang timbul tidak hanya berasal dari perusahaan yang menghasilkan produk sejenis dari dalam negeri tetapi juga dari perusahaan yang memproduksi barang sejenis dalam skala internasional. Mengingat kondisi persaingan yang dihadapi sekarang ini, perusahaan-perusahaan yang ada dituntut untuk mengelola perusahaannya agar tujuan perusahaan untuk mendapat keuntungan semaksimal mungkin dapat tercapai sehingga kemakmuran pemilik perusahaan dapat meningkat (Junarsin, 2008).

Perusahaan merupakan kesatuan teknis yang bertujuan menghasilkan barang atau jasa. Perusahaan juga disebut tempat berlangsungnya proses produksi yang

menggabungkan faktor – faktor produksi untuk menghasilkan barang dan jasa. Perusahaan merupakan alat dari badan usaha untuk mencapai tujuan yaitu mencari keuntungan, maka perusahaan sangat bergantung pada kegiatan operasi perusahaan dimana salah satu kegiatan tersebut adalah penjualan. Mengingat alasan tersebut, penting bagi perusahaan untuk dapat melaksanakan kegiatan penjualan seefektif mungkin pada tingkat biaya yang realitas namun tetap memperhatikan kepentingan atau permintaan pelanggan. Kebijakan yang kurang tepat dalam melakukan penjualan akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan karena dari kegiatan penjualan inilah diharapkan diperoleh suatu laba yang berkesinambungan (Syadiash, 2010).

Tersedianya prosedur penjualan yang dapat mendukung terciptanya situasi yang diinginkan perusahaan tersebut akan membantu perusahaan mencapai peningkatan dalam memperoleh laba. Salah satu kunci penting agar perusahaan dapat terus mempertahankan keberadaannya di dunia usaha adalah dengan menghasilkan, mempertahankan, dan menunjang efektivitas dan efisiensi fungsi penjualan perusahaan (McCarthy, Perreault, Wilson, 1997:354).

Pihak manajemen perusahaan perlu memastikan, bahwa seluruh kegiatan perusahaan dilaksanakan sesuai dengan kebijakan yang telah ditetapkan dan pelaksanaan kegiatan penjualan perusahaan dilakukan secara efektif. Salah satu sarana yang dapat dipergunakan untuk mengevaluasi efektivitas pengelolaan operasi penjualan dari suatu perusahaan adalah audit operasional.

Audit operasional merupakan tinjauan atas bagian tertentu dari prosedur serta metode operasional organisasi tertentu yang bertujuan mengevaluasi efisiensi serta

efektivitas prosedur serta metode tersebut (Arens, Elder, Beasley, 2006: 19). Dalam audit operasional, tinjauan-tinjauan yang dibuat tidak terbatas pada akuntansi saja, tetapi dapat mencakup pula evaluasi atas struktur organisasi, operasi komputer, metode produksi, pemasaran, serta banyak area audit lainnya sesuai dengan kualifikasi auditor (Arens, Elder, Beasley, 2006: 19). Audit operasional cenderung semakin penting terutama dalam dekade terakhir ini (Arens, Elder, Beasley, 2006: 20).

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik melakukan penelitian untuk memenuhi syarat dalam menempuh ujian sarjana pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha. Penelitian yang ditulis oleh penulis ini ditulis dengan judul: “Peranan Audit Operasional dalam Meningkatkan Efektivitas Penjualan (Studi Kasus pada CV Putra Sejati Jalan Cibaligo No.39 Cimahi)”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Bertitik tolak dari latar belakang yang telah diuraikan, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah pelaksanaan audit operasional pada CV Putra Sejati sudah memadai.
2. Seberapa besar peranan audit operasional dalam menunjang efektivitas penjualan pada CV Putra Sejati.

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Maksud**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis, maka maksud dari penelitian yang dilakukan penulis adalah untuk memberikan masukan bagi perusahaan CV Putra Sejati mengenai hal-hal yang perlu diperbaiki dan dipertahankan yang berhubungan dengan audit operasional perusahaan serta untuk mengetahui apakah ada keterkaitan antara audit operasional terhadap efektivitas penjualan pada CV Putra Sejati.

#### **1.3.2 Tujuan**

Mengacu pada identifikasi masalah, maka tujuan dari penelitian yang dilakukan penulis sebagai berikut:

1. Mengetahui pelaksanaan audit operasional pada CV Putra Sejati.
2. Mengetahui seberapa besar peranan audit operasional dalam menunjang efektivitas penjualan pada CV Putra Sejati.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian yang dilakukan oleh penulis ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, yaitu:

1. Manfaat bagi akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi akademisi dalam menunjang proses akademis yang dilakukan dan menjadi bahan ulasan dalam kegiatan akademis tersebut.

## 2. Manfaat bagi praktisi bisnis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi pihak manajemen perusahaan agar di masa yang akan datang perusahaan dapat melaksanakan kegiatan operasionalnya dengan baik, khususnya dalam meningkatkan efektivitas penjualan.