

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dunia usaha saat ini berkembang sangat pesat baik sektor industri, perdagangan, maupun jasa. Perusahaan-perusahaan kecil akan tumbuh dan berkembang menjadi perusahaan besar dengan aktivitas dan permasalahan yang semakin kompleks. Pada perusahaan kecil pemilik atau pemimpin perusahaan dapat mengawasi secara langsung kegiatan perusahaan dengan dibantu beberapa orang saja, sedangkan perusahaan yang telah berkembang maka pemimpin perusahaan harus dapat menyesuaikan keadaan tersebut, karena dalam keadaan demikian seorang pemimpin tidak akan lagi mampu mengawasi semua kegiatan perusahaan yang dipimpinnya secara langsung. Hal tersebut disebabkan semakin luasnya lingkup pengawasan yang harus dilaksanakannya dan juga karena adanya keterbatasan kemampuan seorang pemimpin perusahaan. Hal ini yang mengharuskan seorang pemimpin perusahaan memiliki sistem dan prosedur kegiatan operasi yang baik untuk mendelegasikan sebagian wewenang pada bawahannya disertai batas-batas wewenang dan kewajiban.

Salah satu aktivitas usaha perusahaan adalah penjualan, yang merupakan bagian terpenting bagi setiap kegiatan usaha. Penjualan dapat menjamin dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan karena dari penjualan ini perusahaan akan mendapatkan laba yang dapat digunakan untuk kelangsungan hidup perusahaan, selain itu penjualan yang maksimal dapat menjadi ukuran

keberhasilan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan usaha. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari La Midjan dan Azhar Susanto (2001 : 170) “Aktivitas penjualan merupakan sumber pendapatan perusahaan”.

Penjualan merupakan proses yang dilakukan oleh penjual untuk memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapai manfaat baik bagi sang penjual maupun sang pembeli yang berkelanjutan dan yang menguntungkan kedua belah pihak (Winardi : 1991 : 131).

Setiap perusahaan pasti memiliki target penjualan, ini sebagai motivasi perusahaan khususnya bagian penjualan untuk terus meningkatkan hasil penjualan sehingga target penjualan dapat tercapai. Ada kalanya dalam menjalankan kegiatan penjualan target penjualan yang telah direncanakan oleh manajemen tidak dapat tercapai sepenuhnya, atau belum direalisasikan dengan maksimal. Sehingga dapat dikatakan penjualan perusahaan belum efektif. Sebaliknya jika target penjualan dapat direalisasikan dengan optimal maka penjualan perusahaan dapat dikatakan efektif. Efektivitas dapat diukur dengan membandingkan target penjualan dengan realisasi penjualan.

Adapun kriteria-kriteria efektivitas tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1

Kriteria Tingkat Efektivitas

Rasio efektivitas (%)	Kriteria
> 100%	Sangat efektif
90%-100%	Efektif
80%-90%	Cukup efektif
60%-80%	Kurang efektif
< 60%	Tidak efektif

Sumber : Kepmendagri No. 690.900.327, depdagri

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis mencoba membahas dan menganalisa sistem pengendalian intern penjualan pada efektivitas penjualan yang dilaksanakan pada PT. INTI (Industri Telekomunikasi Indonesia) dengan mengangkat judul: “PENGARUH SISTEM PENGENDALIAN INTERN PENJUALAN TERHADAP EFEKTIVITAS PENJUALAN” (Studi pada PT. INTI yang berlokasi di jalan Moch. Toha No. 77 Bandung).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, permasalahan-permasalahan yang akan diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengendalian intern penjualan yang dilakukan oleh PT. INTI telah memadai ?

2. Bagaimana keadaan efektivitas penjualan pada PT. INTI?
3. Bagaimana pengaruh sistem pengendalian intern penjualan pada PT. INTI terhadap efektivitas penjualan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan, antara lain :

1. Untuk mengetahui kememadaian sistem pengendalian intern penjualan yang dilakukan PT. INTI.
2. Untuk mengetahui keadaan efektivitas penjualan PT. INTI.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sistem pengendalian intern penjualan pada PT. INTI terhadap efektivitas penjualan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Suatu penelitian diharapkan dapat berguna secara teoritis dan praktis, antara lain:

1. Kegunaan teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas pengetahuan mengenai sistem pengendalian intern khususnya pengaruhnya bagi efektivitas penjualan.

2. Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi perusahaan yang menjadi objek penelitian dalam hal pengendalian intern yang dapat meningkatkan efektivitas penjualan perusahaan sesuai dengan target penjualan.