

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha pada saat ini mengalami kemajuan yang cukup pesat antara lain ditandai dengan adanya perusahaan-perusahaan baru yang muncul dan perusahaan-perusahaan yang telah berdiri berusaha untuk menjadi lebih baik lagi agar tetap bersaing dan mempertahankan kelangsungan hidup. Hal tersebut menimbulkan persaingan antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya. Sehubungan dengan persaingan tersebut masalah-masalah yang dihadapi oleh para pengusaha di dalam mengelola perusahaan menjadi semakin kompleks. Karena itu manajemen perusahaan dituntut untuk dapat melakukan aktivitasnya secara efektif dan efisien.

Perusahaan yang mampu bertahan dalam era persaingan saat ini adalah perusahaan yang mampu menghasilkan produk ataupun jasa bermutu tinggi, adanya fasilitas-fasilitas baru, dan nyaman agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam dunia bisnis perusahaan biasanya dikategorikan menjadi tiga bidang, salah satunya bergerak di bidang jasa. Perusahaan jasa dapat diartikan sebagai suatu tempat untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan produk barang maupun jasa. Barang atau jasa inilah yang akan dijual untuk memperoleh kembali biaya yang dikeluarkan. Jika hasil penjualan barang atau jasa lebih besar dari biaya yang dikeluarkan maka perusahaan tersebut memperoleh keuntungan dan sebaliknya jika hasil jumlah hasil penjualan barang atau jasa lebih kecil dari jumlah biaya yang dikeluarkan maka perusahaan tersebut akan mengalami kerugian.

Penjualan merupakan salah satu kegiatan paling penting dalam perusahaan. Guna mendapatkan dana untuk modal kerja dan menyusun anggaran perusahaan sebagai alat

Bab I Pendahuluan

manajemen dalam mencapai tujuan. Karena besar kecilnya volume penjualan akan menghasilkan income yang mempengaruhi laba perusahaan. Penjualan akan mempengaruhi keberlangsungan kehidupan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus mempersiapkan diri dengan melakukan pengendalian dan pengawasan yang lebih baik terhadap kegiatan operasinya, salah satunya yaitu terhadap kegiatan penjualan.

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa salah satunya adalah PT Pos Indonesia (Persero). Kegiatan utama PT Pos Indonesia (Persero) adalah menjual jasa pengiriman paket, dokumen, logistik, dan paket pos lainnya. Tidak hanya itu PT Pos Indonesia (Persero) juga menyediakan penjualan produk seperti perangko dan kartu pos. Saat ini kemajuan teknologi dan munculnya pesaing menjadi ancaman terbesar bagi kelangsungan hidup PT Pos Indonesia (Persero).

Dengan banyaknya jenis kegiatan penjualan maka dibutuhkan ruang lingkup pengendalian penjualan produk dan jasa yang semakin luas. Hal ini menyebabkan pengendalian terhadap kegiatan penjualan akan menjadi sulit bagi perusahaan. Untuk dapat mengelola perusahaan dengan baik, dalam mencapai tujuan perusahaan, tidak dapat diabaikan bahwa suatu pengendalian intern yang memadai mutlak harus ada.

Audit internal sebagai suatu alat bantu manajemen dalam mengelola perusahaan diharapkan dapat meningkatkan efektivitas struktur pengendalian intern perusahaan. Lebih dari itu, audit internal dituntut untuk dapat membantu manajemen supaya dapat melaksanakan tugas dan tanggung jawab secara efektif, dengan cara memberikan bantuan dalam bentuk berbagai analisis dan rekomendasi yang berhubungan dengan aktivitas yang dilakukan untuk menguji dan menilai kelayakan pengendalian intern dan unsur-unsurnya.

Audit internal adalah suatu penilaian yang independen yang ada di dalam suatu organisasi dengan tujuan untuk menguji dan mengevaluasi kegiatan-kegiatan organisasi yang dilaksanakannya. Tujuan dari audit internal adalah membantu para anggota

Bab I Pendahuluan

organisasi agar mereka dapat melaksanakan tanggungjawabnya secara efektif. Untuk hal tersebut audit internal akan melakukan analisa-analisa dan penilaian-penilaian serta memberikan rekomendasi dan saran-saran. Juga membantu menyelesaikan masalah-masalah yang tengah dihadapi oleh perusahaan.

Pihak manajemen sebagai pihak pengambil keputusan memerlukan bantuan audit internal untuk meneliti dan menilai kinerja penjualan di perusahaan. Audit internal diharapkan bisa membantu manajemen perusahaan untuk menunjang efektivitas penjualan di PT Pos Indonesia (Persero).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Peranan Audit Internal dalam Menunjang Efektivitas Penjualan (Studi Kasus pada PT Pos Indonesia [Persero]).”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah penjualan di perusahaan telah dilakukan secara efektif?
2. Bagaimana peran audit internal atas penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang diidentifikasi di atas, maksud dan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui efektivitas penjualan yang telah dilaksanakan.
2. Untuk mengetahui peranan audit internal atas penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat diperoleh manfaat sebagai berikut :

1. **Bagi perusahaan,** diharapkan dapat digunakan sebagai masukan yang dapat membantu pihak manajemen dalam menjalankan operasinya dan memberikan gambaran tentang pentingnya audit internal dalam menganalisis dan mengevaluasi pelaksanaan aktivitas manajemen dalam mencapai efektivitas penjualan.
2. **Bagi penulis,** diharapkan dapat digunakan sebagai pengembangan wawasan serta pemahaman dan perbandingan antara teori dengan praktek yang sebenarnya mengenai peranan audit internal terhadap kegiatan penjualan dalam suatu perusahaan akan bertambah jelas dan memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian sarjana ekonomi jurusan akuntansi pada Universitas Kristen Maranatha di Bandung.
3. **Bagi pihak lain yang berkepentingan,** dapat digunakan sebagai bahan referensi serta dapat digunakan untuk menambah wawasan, pengetahuan, dan pemahaman terbatas mengenai judul yang diteliti.