

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia usaha pada dewasa ini mulai berkembang dengan pesat. Dengan pertumbuhan ekonomi dan ruang lingkup operasi perusahaan yang semakin luas, menuntut suatu persaingan yang cukup ketat dalam dunia usaha. Dampaknya bagi perusahaan adalah semakin ketatnya tingkat persaingan yang dihadapi.

Persaingan menjadi kata kunci dalam menghadapi perekonomian dunia saat ini. Diperlukan solusi yang tepat agar perusahaan dapat tetap bertahan dalam menghadapi persaingan untuk menjalankan usahanya. Hal ini sangat mempengaruhi dan menuntut perusahaan untuk lebih aktif, kreatif dan inovatif dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Suatu organisasi didirikan untuk menyediakan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Perusahaan dituntut untuk menyediakan barang atau jasa yang bermanfaat yang dibutuhkan oleh konsumen. Jika tujuan tidak tercapai, maka perusahaan tidak dapat bersaing dan akhirnya tersingkirkan. Perkembangan suatu perusahaan akan mengakibatkan aktivitas perusahaan semakin bertambah luas dan seluruh masalah yang dihadapi akan semakin kompleks. Semakin berkembangnya perusahaan, akan membuat kemampuan pimpinan perusahaan untuk mengendalikannya semakin berkurang. Hal tersebut dikarenakan semakin luasnya lingkup pengawasan dan keterbatasan kemampuan manajer yang akan

memaksa pimpinan perusahaan untuk melimpahkan sebagian wewenangnya, meskipun tanggung jawab tetap berada pada pimpinan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan membutuhkan pengendalian internal yang cukup memadai.

Penjualan merupakan suatu aktivitas utama dalam perusahaan yang perlu diperhatikan dengan serius. Agar dapat tetap bertahan dalam kondisi yang tidak menentu yang penuh dengan persaingan, perusahaan dituntut untuk dapat meningkatkan hasil penjualannya. Vera (2009:1) menjelaskan bahwa penjualan dalam suatu perusahaan perlu mendapat perhatian khusus yaitu dengan dilakukannya pengendalian atas penjualan, antara lain melalui penerapan sistem dan prosedur akuntansi yang andal, yang memungkinkan pimpinan perusahaan secara terus menerus memantau dan mengetahui keadaan perusahaan serta memperoleh informasi yang benar pada saat yang tepat, yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menetapkan perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan.

Suatu perencanaan atas pengendalian penjualan dapat dilakukan melalui analisis penjualan. Analisis penjualan merupakan suatu sumber informasi yang digunakan oleh manajemen untuk mencapai efektivitas pengendalian penjualan. Pengendalian atas penjualan persediaan barang dagangan akan membantu perusahaan mencapai titik penjualan dan laba yang diharapkan. Untuk mengatasi permasalahan ini diperlukan suatu pengelolaan penjualan.

Pengelolaan yang baik harus ditunjang dengan suatu sistem pengendalian manajemen penjualan yang memadai. Semakin luas suatu masalah yang terjadi, maka semakin besar pula tingkat perencanaan yang dibutuhkan oleh perusahaan.

Perusahaan memerlukan suatu cara untuk mencapai tujuan, salah satunya adalah dengan menerapkan pengendalian yang ketat atas aktivitas penjualan sehingga aktivitas penjualan dapat dilaksanakan secara efektif.

Penulis memilih perusahaan distribusi yang bergerak di bidang tekstil dan garmen ini sebagai objek penelitian adalah dengan pertimbangan bahwa aktivitas penjualan yang bila dikelola dengan baik akan sangat menunjang usaha.

Dengan demikian, perusahaan memerlukan suatu cara untuk mencapai tujuan, salah satunya adalah dengan menerapkan pengendalian yang ketat atas aktivitas penjualan sehingga aktivitas penjualan dapat dilaksanakan secara efektif, serta usaha pencapaian tujuan perusahaan dapat terwujud.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian guna menyusun tugas akhir untuk memenuhi syarat dalam menempuh sidang sarjana pada Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Kristen Maranatha dengan judul: “Peranan Pengendalian Penjualan Dalam Menunjang Efektivitas Penjualan (Studi kasus pada PT. X, Bandung).”

1.2 Identifikasi Masalah

Masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan pengendalian penjualan di perusahaan?
2. Sejauh mana pengendalian penjualan berperan dalam menunjang efektivitas kegiatan penjualan?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan pengendalian penjualan yang ada di perusahaan.
2. Untuk mengetahui peranan pengendalian penjualan dalam menunjang efektivitas kegiatan penjualan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan berguna bagi pihak-pihak sebagai berikut:

1. **Bagi penulis**, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai sistem pengendalian intern dalam usaha meningkatkan efektivitas penjualan. Penelitian juga dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.
2. **Bagi perusahaan**, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam bentuk saran, pemikiran, dan informasi yang berguna untuk perbaikan dan pengembangan perusahaan terutama dalam penerapan sistem pengendalian penjualan untuk menunjang efektivitas kegiatan penjualan.
3. **Bagi pembaca**, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menambah wawasan, serta dapat dijadikan bahan kepustakaan, atau bahan penelitian lebih lanjut.

1.5 Kerangka Pemikiran

Persaingan dunia usaha semakin ketat di era globalisasi ini. Perkembangan suatu perusahaan akan mengakibatkan aktivitas perusahaan semakin bertambah luas dan masalah yang akan dihadapi akan semakin kompleks. Salah satu tujuan yang ingin dicapai perusahaan dalam bidang penjualan adalah meningkatkan penjualan untuk memperoleh pendapatan yang optimal dan mencapai efektivitas penjualan.

Penjualan merupakan salah satu penopang hidup bagi perusahaan.

Menurut La Midjan dan Azhar Susanto (2001:170) yaitu:

“Aktivitas penjualan merupakan sumber pendapatan perusahaan. Kurang dikelolanya aktivitas penjualan dengan baik, secara langsung akan merugikan perusahaan karena selain sasaran penjualan tidak tercapai juga pendapatan akan berkurang.”

Menurut Basu Swasta (2001:8) pengertian penjualan adalah sebagai berikut:

“Menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan.”

Setiap perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya mempunyai tujuan yang ingin dicapai. Perencanaan diperlukan untuk menentukan tindakan operasi sedangkan pengendalian dilakukan untuk memastikan bahwa hasil yang dicapai sesuai dengan yang diharapkan. Pengendalian dalam suatu organisasi meliputi berbagai proses perencanaan dan pengendalian, yang bagian terpentingnya adalah berupa pengendalian manajemen. Pengendalian manajemen adalah suatu proses bagaimana para manajer mempengaruhi anggota organisasi atau para karyawan

untuk bekerja secara efektif dan efisien sesuai dengan strategi yang telah ditentukan untuk mencapai tujuan. Dengan adanya pengendalian manajemen diharapkan tujuan dan target yang telah ditetapkan dapat tercapai, dan juga dapat meminimalkan kecurangan dan penyelewengan di perusahaan.

Pengertian pengendalian intern menurut Standar Profesional Akuntan Publik (SPAP) (Ikatan Akuntan Indonesia; 2001,319.2) adalah:

“Pengendalian intern adalah suatu proses yang dijalankan oleh dewan komisaris, manajemen, dan personel lain perusahaan, yang didesain untuk memberikan keyakinan memadai tentang pencapaian tiga golongan tujuan berikut ini: (a) keandalan laporan keuangan, (b) efektifitas dan efisiensi operasi, dan (c) kepatuhan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku.”

Menurut Wilson dan Campbell yang dialihbahasakan oleh Tjintjin

F.Tjendra (1994:259), definisi pengendalian penjualan adalah meliputi:

“Analisis, penelaahan, dan penelitian yang diharuskan terhadap kebijaksanaan, prosedur, metode, dan pelaksanaan yang sesungguhnya untuk mencapai volume penjualan yang dikehendaki dengan biaya yang wajar, yang menghasilkan laba kotor yang diperlukan untuk mencapai hasil pengembalian yang diharapkan atas investasi.”

Menurut Wilson dan Campbell yang dialihbahasakan oleh Tjintjin

F.Tjendra (1994:262), alasan dilakukannya pengendalian penjualan adalah:

“agar dapat dicapai hasil pengembalian sebaik-baiknya atas investasi.”

Dengan kata lain, dalam suatu perusahaan diperlukan suatu pengendalian yang berguna untuk pencapaian tujuan perusahaan, salah satunya adalah tujuan perusahaan dalam mencapai efektivitas penjualan, yaitu melalui pengendalian atas penjualan, yang berguna untuk memastikan bahwa kegiatan penjualan perusahaan

telah sesuai dengan kebijakan dan prosedur yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Aktivitas yang ditunjang oleh pengendalian yang memadai dan tepat tentu saja akan menghasilkan informasi yang tepat dan dapat diandalkan untuk pihak manajemen dan pimpinan perusahaan dalam pengambilan keputusan. Dengan adanya pengendalian penjualan, maka kita dapat mengetahui, memperbaiki atau bahkan dapat menghindari penyimpangan dan kecurangan yang terjadi dalam perusahaan, sehingga tujuan dan sasaran perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya dapat tercapai (Anthony,2002:21).

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan di atas, maka penulis mengajukan hipotesis: “Pengendalian penjualan berperan dalam menunjang efektivitas penjualan.”

1.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan adalah studi kasus, yaitu suatu penelitian ilmiah yang dilakukan penulis dengan cara meneliti satu perusahaan saja dengan taraf penelitian deskriptif analitis, yaitu dengan cara mengumpulkan data sesuai dengan keadaan yang sebenarnya serta memberikan gambaran dan analisis mengenai masalah-masalah yang ada sehingga dapat memberikan jawaban yang jelas atas objek yang diteliti.

Dalam mengumpulkan dan menganalisis data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan

Yaitu pengumpulan data primer secara langsung, dengan mengadakan penelitian terhadap objek yang diteliti dengan beberapa prosedur seperti:

a. Pengamatan

Yaitu teknik atau pendekatan untuk mendapatkan data primer dengan cara mengamati langsung obyek datanya.

b. Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data dengan jalan mengadakan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang berwenang dan bertanggung jawab untuk memberikan data dan keterangan.

c. Kuesioner

Yaitu pengumpulan data dengan cara membuat daftar pertanyaan, yang disampaikan kepada pihak yang bersangkutan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan peneliti.

2. Studi Kepustakaan

Merupakan suatu penelitian untuk memperoleh data sekunder yang dikumpulkan melalui penelaahan terhadap literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti yang akan dijadikan dasar pertimbangan sebagai landasan teori dalam penelitian ini. Data sekunder digunakan sebagai landasan teoritis untuk membandingkan, membahas, dan menganalisis data yang diperoleh melalui penelitian.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian pada sebuah perusahaan distribusi, yaitu pada PT. “X”, yang berlokasi di Cimahi, Bandung. Waktu penelitian dilaksanakan dari mulai bulan Oktober 2009 sampai dengan bulan Desember 2009.