

ABSTRAK

Persaingan dalam dunia usaha menuntut perusahaan agar dapat melaksanakan kegiatan penjualannya secara efektif dan efisien guna menjamin kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Kegiatan penjualan memegang peranan penting dalam rangka memperoleh sumber dana untuk menghidupi perusahaan, bertahan dalam jangka panjang bahkan untuk memenangkan persaingan.

Dalam usaha agar dapat mengelola kegiatan penjualan secara efektif dan efisien, perlu dilakukan audit internal atas kegiatan penjualan. Audit internal yang dilakukan dimaksudkan untuk menilai kegiatan penjualan yang ada, mendeteksi adanya kelemahan, mencari alternative untuk meningkatkan efektivitas pengendalian internal kegiatan penjualan serta memberikan rekomendasi untuk mengatasi kelemahan dan kekurangan yang terjadi di perusahaan.

Audit internal atas kegiatan penjualan kerupuk pada PT “X” yang penulis lakukan dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini, beranjak dari hal-hal tersebut di atas dan bertujuan membantu manajemen perusahaan dalam menilai efektivitas pengendalian internal kegiatan penjualan.

Adapun metode penelitian yang penulis gunakan adalah metode deskriptif analitis. Data yang diperlukan dalam penelitian ini dibagi menjadi data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui penelitian lapangan yakni mengadakan observasi, wawancara, pengumpulan dan penelitian atas dokumen perusahaan serta kuesioner. Data sekunder diperoleh dari membaca dan mempelajari literatur-literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Dari penelitian yang dilakukan, penulis mengambil kesimpulan bahwa audit internal yang dilakukan atas pengelolaan penjualan kerupuk berguna bagi manajemen untuk mengidentifikasi segi-segi positif dan segi-segi negatif yang ada di dalam perusahaan. Segi-segi positif ini harus terus dipertahankan bahkan ditingkatkan oleh manajemen perusahaan, sedangkan segi-segi negatif harus diperbaiki sehingga perusahaan dapat meningkatkan efektivitas kegiatan penjualannya dan dapat mencapai tingkat penjualan yang diharapkan.

Kata kunci : Audit Internal, Efektivitas Penjualan

ABSTRACT

Competition in the business world demands that companies can carry out its sales activities effectively and efficiently to ensure the survival of the company in the long term. Sales activities play an important role in order to obtain funding to support the company, survive in the long term even to win the competition.

In an effort to be able to manage sales activities effectively and efficiently, need to do internal audits on sales activities. Internal audits are carried out is intended to assess the existing sales activity, detecting a weakness, look for alternatives to improve the effectiveness of internal control of sales activities and provide recommendations to address the weaknesses and deficiencies that occurred in the company.

Internal audits on cracker sales activities at PT "X" that the authors did the research and preparation of this paper, moving from the things mentioned above and aims to assist company management in assessing the effectiveness of internal controls sales activities.

The research method which writer use is descriptive analysis method. Necessary data in this study were divided into primary and secondary data. Primary data collected through field research that is conducted observations, interviews, collection and research on corporate documents and questionnaires. Secondary data obtained from reading and studying the literature related to the problem being investigated.

From research conducted, the authors conclude that internal audits are conducted on cracker sales management useful for management to identify positive aspects and the negative aspects that exist within the company. These positive aspects should continue to be maintained and even improved by the company management, while the negative aspects should be improved so that companies can improve the effectiveness of sales activities and achieve expected sales levels.

Keywords: Internal Audit, Sales Effectiveness

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2	Identifikasi Masalah.....	3
1.3	Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.4	Kegunaan Penelitian.....	4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Pengertian Peranan.....	6
2.2	Audit Internal.....	6
2.2.1	Pengertian Audit Internal.....	6
2.2.2	Fungsi Audit Internal.....	9
2.2.3	Kompetensi Audit Internal.....	10
2.2.4	Unsur-unsur Audit Internal.....	11

2.2.5	Ruang Lingkup Audit Internal.....	12
2.2.6	Wewenang dan Tanggung Jawab Audit Internal.....	14
2.2.7	Kuanfikasi Audit Internal yang Memadai.....	15
2.3	Efektivitas.....	22
2.3.1	Pengertian Efektivitas.....	22
2.3.2	Efektivitas Penjualan.....	23
2.4	Penjualan.....	25
2.4.1	Pengertian Penjualan.....	25
2.4.2	Tujuan Penjualan.....	26
2.4.3	Prosedur Penjualan.....	27
2.4.4	Penjualan Dapat Ditingkatkan dengan Pengendalian Intern yang Memadai.....	30
2.5	Peranan Audit Internal dalam Menunjang Efektivitas Penjualan.....	35

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian.....	38
3.2	Metode Penelitian.....	39
3.2.1	Jenis Penelitian.....	39
3.2.2	Operasional Variable.....	39
3.2.3	Variable Indikator dan Skala Pengukuran.....	40
3.2.4	Populasi dan Sampel.....	42

3.2.5	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.3	Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian.....	46
4.1.1	Struktur Organisasi.....	46
4.1.2	Uraian Tugas dan Wewenang.....	48
4.2	Penerapan dan Pelaksanaan Audit Internal pada PT “X”	52
4.2.1	Independensi.....	52
4.2.2	Kompetensi Auditor Internal.....	53
4.2.3	Program Audit Internal.....	54
4.2.4	Laporan Hasil Audit.....	57
4.2.5	Tindak Lanjut Hasil Pemeriksaan Audit Internal.....	60
4.3	Aktivitas Penjualan.....	61
4.3.1	Kebijakan Perusahaan Dalam Penjualan dan Penagihan.....	62
4.3.2	Prosedur Penjualan Kredit.....	64
4.3.3	Prosedur Penagihan dan Penerimaan Uang.....	67
4.4	Pelaksanaan dan Penerapan Keefektifan Audit Internal Terhadap Penjualan.....	70
4.4.1	Target dan Realisasi Penjualan.....	70
4.4.2	Biaya Penjualan.....	71

4.4.3	Kepuasan Konsumen.....	71
4.5	Pengujian Hipotesis.....	72
4.5.1	Analisis Deskriptif Kualifikasi.....	72
4.5.2	Analisis Statistik.....	73

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	75
5.2	Saran.....	78

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Struktur Organisasi PT “X”

Lampiran 2 : *Purchase Order*

Lampiran 3 : Faktur Penjualan

Lampiran 4 : Surat Jalan

Lampiran 5 : Surat Keterangan dari Perusahaan

Lampiran 6 : Kuesioner Variable Independen (X)

Lampiran 7 : Kuesioner Variable Dependen (Y)

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Indikator Variable Independen dan Skala Pengukuran.....	41
Tabel 3.2	Indikator Variable Dependen dan Skala Pengukuran.....	42
Tabel 3.3	Penilaian Hasil Presentase Peranan Audit Internal.....	45