

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pasar merupakan salah satu ciri dari era globalisasi, dimana barang dan jasa bebas keluar masuk suatu negara tanpa disertai peraturan yang ketat. Hal ini mendorong perusahaan-perusahaan di Indonesia untuk meningkatkan efektivitas penjualan agar dapat menghasilkan produk yang bermutu dan harga yang bersaing.

Suatu perusahaan baik perusahaan industri, dagang maupun jasa sangat penting keberadaannya pada negara yang sedang berkembang seperti Indonesia. Perusahaan-perusahaan tersebut turut membantu dalam mensukseskan program pembangunan nasional yakni mencapai masyarakat yang adil dan makmur. Pengaruh yang mereka berikan antara lain adalah menciptakan lapangan pekerjaan yang baru, sehingga mengurangi jumlah pengangguran dan meningkatkan pendapatan para pekerja.

Semakin banyaknya aktivitas perusahaan serta adanya perluasan dan perkembangan perusahaan maka seorang pimpinan tidak mungkin mengawasi seluruh aktivitas perusahaan yang dipimpinnya secara langsung. Hal tersebut disebabkan semakin luasnya lingkup pengawasan yang harus dilaksanakannya dan juga karena adanya keterbatasan kemampuan manajer. Hal ini mengharuskan seorang manajer mendelegasikan sebagian wewenang pada bawahannya yang disertai batas-batas wewenang dan kewajiban.

Untuk mengetahui hal tersebut maka seorang pimpinan harus mempunyai suatu alat bantu yang berfungsi sebagai alat pengendalian dalam menjalankan operasi perusahaan. Alat bantu yang dimaksud adalah pengendalian internal dalam perusahaan. Pengendalian internal adalah profesi penilaian yang sifatnya independen, objektif yang berada dalam suatu perusahaan untuk memeriksa pembukuan keuangan, dan profesi lainnya sebagai pemberi jasa kepada manajemen perusahaan.

Penjualan merupakan suatu aktivitas utama dalam perusahaan yang perlu diperhatikan dengan serius. Karena dengan adanya penjualan ini, maka suatu perusahaan akan memperoleh laba atau pendapatan untuk kelangsungan hidup perusahaan. Apabila pengelolaan atas aktivitas penjualan kurang baik, maka akan mempengaruhi secara langsung terhadap operasi penjualan yaitu sasaran penjualan tidak tercapai dan pendapatan perusahaan akan menurun dari yang telah direncanakan. Aktivitas penjualan harus dapat direncanakan dan dilaksanakan secara efektif dan seefisien mungkin, agar laba dapat mencapai titik optimal serta perusahaan juga dapat menangani dan mengendalikan aktivitas penjualan dengan baik sejalan dengan semakin berkembangnya perusahaan dan persaingan dalam dunia usaha. Jadi ini berhubungan, fenomenanya adalah ada peranan pengendalian internal terhadap penjualan.

Untuk mengetahui peranan pengendalian internal penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan, peneliti memilih perusahaan telekomunikasi di Bandung, sebagai objek penelitian dengan pertimbangan perusahaan tersebut merupakan perusahaan telekomunikasi yang dapat menguasai pasar dan dapat bersaing.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian guna untuk memenuhi tugas akhir pada Program S1 Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi

Maranatha dalam bentuk skripsi dengan judul : “PERANAN PENGENDALIAN INTERNAL PENJUALAN DALAM MENUNJANG EFEKTIVITAS PENJUALAN.”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian diatas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah pelaksanaan pengendalian internal penjualan yang dilakukan PT INTI (Persero) sudah memadai?
2. Apakah penjualan yang PT INTI (Persero) dilakukan sudah efektif ?
3. Bagaimana peranan pengendalian internal penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang diidentifikasi di atas, maksud dan tujuan penelitian adalah

1. Untuk mengetahui apakah pelaksanaan pengendalian internal penjualan yang dilakukan PT INTI (Persero) sudah memadai.
2. Untuk mengetahui apakah penjualan yang dilakukan PT INTI (Persero) sudah efektif.
3. Untuk mengetahui seberapa kuat peranan pengendalian internal penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Peneliti
 - a. Untuk menambah pengetahuan dan penahan diri dibidang pengendalian internal khususnya pengendalian internal dalam menunjang efektivitas penjualan.
 - b. Untuk membandingkan antara teori yang dipelajari dengan praktik sesungguhnya yang terjadi di perusahaan.
 - c. Untuk memenuhi syarat didalam menempuh ujian sidang pada Program S1 Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi Maranatha
2. Perusahaan yang diteliti
 - a. Bagi perusahaan diharapkan hasil penelitian ini bermanfaat sebagai bahan pertimbangan dalam melaksanakan pengendalian internal yang dapat membantu manajer perusahaan dalam mengefektivaskan penjualan agar sesuai dengan sasaran yang dicapai.
 - b. Organisasi lainnya, agar dapat menjadi wacana bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu akuntansi dan masukan berharga bagi organisasi dalam pencapaian efektivitas penjualan.
3. Pembaca pada umumnya, sebagai referensi untuk penelitian dimasa yang akan datang untuk pengkajian topik-topik yang berkaitan dengan masalah ini.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini peneliti lakukan perusahaan yang bergerak dalam bidang industri telekomunikasi di Bandung yaitu pada PT. INTI, Jalan Moch. Toha No. 77 Bandung. Adapun waktu penelitian antara bulan November-Desember.