

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia dari masa ke masa terasa semakin kompetitif. Meskipun sebenarnya kondisi perekonomian Indonesia secara umum belum menunjukkan adanya perbaikan dan peningkatan yang signifikan, namun bukan berarti terjadi kondisi yang stagnasi dalam dunia bisnis. Setiap perusahaan selalu berusaha untuk dapat bertahan dalam arus persaingan bisnis, terlebih lagi bagi perusahaan lokal. Karena dengan semakin banyaknya perusahaan asing yang berekspansi ke peta persaingan bisnis di Indonesia, maka diperlukan berbagai perbaikan kualitas dari dalam perusahaan untuk dapat bersaing secara wajar dan sehat dalam rangka mencapai tujuannya masing-masing (FormulaBisnis.com 2009). Selain harus dapat menghasilkan output (baik barang atau jasa) yang berkualitas serta dapat diserap dengan baik oleh para calon konsumen, pihak perusahaan juga harus dapat melaksanakan proses produksi secara terkendali serta terarah sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Hal ini dilakukan untuk mencapai tingkat efektivitas dan efisiensi operasi yang diinginkan, yang bermuara pada peningkatan profit perusahaan.

Perkembangan industri alas kaki Indonesia selama tahun 2008 masih menunjukkan perkembangan yang cukup baik, tercatat untuk tahun 2008 ekspor meningkat sebesar 14% dibandingkan dengan ekspor 2007. Resesi ekonomi global

diperkirakan terasa pengaruhnya di industri alas kaki pada awal tahun 2009, oleh karena order-order ekspor umumnya telah dinegosiasi 2-3 bulan sebelum ekspor. Nilai total ekspor alas kaki untuk kuartal satu tahun 2009 turun sekitar 4% dibanding pada tahun 2008 (<http://id.saltanera.com/bahan/manajemen/bisnis-saat-ini-perubahan>). Melihat fenomena yang sedang terjadi diatas, maka perusahaan memerlukan manajemen yang mampu melaksanakan perencanaan, pengkoordinasian, dan pengendalian yang efektif dan efisien, dengan tujuan perusahaan bisa terus bertahan dan berkembang. Tidak sedikit perusahaan yang tidak bisa bertahan karena manajemen perusahaan tidak mampu melaksanakan tugasnya dengan baik. Apalagi tingkat persaingan di dunia usaha antar perusahaan dengan produk yang sejenis semakin tinggi, sehingga perusahaan semakin berusaha untuk memaksimalkan penjualan produk mereka. Untuk dapat memenangkan persaingan, perusahaan harus berorientasi pada harga yang murah merupakan kunci bagi keberhasilan dalam penjualan, mengingat daya beli masyarakat yang masih lemah. Lemahnya penyerapan pasar tersebut antara lain merupakan dampak dari penurunan daya beli masyarakat yang sangat serius, sebagai akibat krisis keuangan global yang dampaknya juga berpengaruh terhadap perekonomian dalam negeri (Bisnis.com 2009).

Umumnya tujuan perusahaan adalah memperoleh laba yang optimal dengan meminimalkan biaya. Untuk memperoleh laba, maka pendapatan perusahaan harus lebih besar dari biaya yang dikeluarkan. Dengan adanya persaingan yang sehat seperti peningkatan kualitas produk dan harga yang bersaing, menuntut manajer untuk menggerakkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk mencapai

pendapatan yang maksimal. Salah satu upaya yang bisa dilakukan oleh manajer adalah dengan meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasi perusahaan. Selain itu perusahaan tidak hanya menghasilkan barang yang berkualitas saja, tetapi juga harus melakukan kegiatan pemasaran untuk memperkenalkan dan menyalurkan produk mereka kepada konsumen. Perusahaan harus bisa mengembangkan strategi pemasaran produknya yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi perusahaan yang bersangkutan, sehingga diharapkan perusahaan mampu mempertahankan bahkan meningkatkan penjualannya serta memperluas distribusi produk (<http://elqorni.wordpress.com>).

Salah satu hal yang perlu dilakukan agar operasi perusahaan berjalan secara efektif dan efisien adalah dengan menyelenggarakan pengendalian intern yang memadai. Pengendalian internal (internal control) merupakan bagian integral dari sistem informasi akuntansi. Pengendalian internal itu sendiri adalah suatu proses yang dijalankan untuk dewan komisaris, manajemen, dan personel lain dalam perusahaan, yang didesain untuk memberikan keyakinan yang memadai tentang dipenuhinya tujuan pengendalian (IAI, 2001:SA 319.2).

Dengan menetapkan serta menerapkan pengendalian internal secara baik dan benar pada suatu perusahaan, maka perusahaan tersebut akan lebih mudah dalam mencapai tujuan dan dapat meminimalkan risiko. Wilkinson dkk. (1996:234) mengungkapkan bahwa: “Jika suatu pengendalian internal telah ditetapkan maka semua operasi, sumber daya fisik, dan data akan dimonitor serta berada di bawah kendali, tujuan akan tercapai, risiko menjadi kecil, dan informasi yang dihasilkan akan lebih

berkualitas. Di sisi lain, tanpa pengendalian internal, kondisi yang membawa dampak negatif bagi perusahaan mungkin akan terjadi, seperti kesalahan pencatatan, kesalahan pengambilan keputusan, inefisiensi biaya, kehilangan aset, terhentinya kegiatan usaha, maupun terkena sanksi”.

Salah satu kegiatan yang terjadi dalam perusahaan adalah kegiatan penjualan. Penjualan merupakan salah satu siklus yang penting dalam sebuah perusahaan karena merupakan sumber pendapatan dan sumber laba utama bagi perusahaan (Kotler, 2005:21). Pengelolaan aktivitas penjualan yang baik dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan dan pada akhirnya mampu meningkatkan pendapatan dan mencapai laba yang optimal. Oleh karena itu diperlukan suatu pengendalian intern yang memadai terhadap siklus penjualan ini, tanpa mengabaikan fungsi-fungsi lainnya. Salah satu jenis penjualan dalam perusahaan adalah penjualan barang. Audit internal atas penjualan barang memberikan informasi, pendapat dan rekomendasi yang dapat dijadikan dasar dalam membantu pengambilan keputusan manajemen untuk meningkatkan omset dan pendapatan perusahaan.

Salah satu penelitian yang dipakai sebagai dasar dari penelitian ini adalah penelitian dari (Putri,2009) yang mengambil judul “Peranan Audit Internal dalam Menunjang Efektivitas Fungsi Personalia pada PT.PLN”. Menurut Putri, dari hasil penelitian yang dilakukan pada PT. PLN dan menggunakan 25 auditor internal sebagai sampelnya. Diperoleh kesimpulan bahwa pelaksanaan audit internal yang dilakukan perusahaan telah memadai sehingga menunjang efektivitas personalia. Persamaan

dengan penelitian ini adalah menggunakan auditor internal sebagai indikator penelitiannya. Perbedaan lain antara penelitian sebelumnya dan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis terletak pada perbedaan permasalahan yang akan diteliti. Penelitian terdahulu menggunakan sample dari perusahaan milik Negara (BUMN) sedangkan penulis menggunakan sample dari perusahaan Swasta.

Berdasarkan hal tersebutlah yang mendorong penulis untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan penelitian yang berjudul ***“HUBUNGAN AUDIT INTERNAL DENGAN PENINGKATAN EFEKTIVITAS PENJUALAN BARANG PADA PT.PRIMARINDO ASIA INFRASTRUCTURE, Tbk”***.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian yang dikemukakan di atas, maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah, yaitu:

1. Bagaimana pelaksanaan audit internal yang berhubungan dengan penjualan pada perusahaan?
2. Bagaimana efektivitas penjualan barang yang dilakukan oleh perusahaan?
3. Bagaimana hubungan audit internal dengan peningkatan efektivitas penjualan barang?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud penelitian ini adalah untuk memperoleh data perusahaan guna mendapatkan data yang akan dijadikan bahan penulisan skripsi dan mengetahui pencapaian kinerja bagian penjualan barang dari tahun ke tahun.

Sedangkan tujuan dari penelitian ini sesuai dengan identifikasi masalah yang ditetapkan, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan audit internal yang berhubungan dengan penjualan pada perusahaan.
2. Untuk mengetahui bagaimana efektivitas penjualan barang yang dilakukan oleh perusahaan.
3. Untuk mengetahui bagaimana hubungan audit internal dengan peningkatan efektivitas penjualan barang.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penulis berharap penelitian ini dapat berguna :

1. Bagi Penulis

Karya ilmiah yang berisi hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman serta sebagai wadah dalam penerapan pengetahuan teoritis yang diperoleh selama masa kuliah, sehingga dapat memperluas wawasan. Penelitian ini juga merupakan syarat untuk mengikuti Ujian Sidang

Sarjana Lengkap Dalam Rangka Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi sumber pemikiran berupa saran positif untuk meningkatkan pengendalian biaya pemasaran guna menunjang efektivitas penjualan barang dan dapat menjadi bahan untuk melakukan koreksi bila terdapat kekurangan khususnya dalam hal penjualan barang.

3. Bagi Rekan Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi dan dapat dijadikan sebagai landasan pemikiran untuk melakukan penelitian dengan masalah yang sama.