

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia usaha pada saat ini mulai bergerak dengan pesat, sejalan dengan pertumbuhan ekonomi dan ruang lingkup operasi pada perusahaan yang semakin luas, menuntut suatu persaingan yang cukup ketat didalam dunia usaha. Dampak yang dirasakan oleh pelaku ekonomi yaitu perusahaan adalah semakin ketatnya tingkat persaingan antara mereka, hal ini memerlukan suatu solusi yang tepat agar kinerja perusahaan bisa tetap bertahan dalam menghadapi persaingan untuk menjalankan usahanya.

Suatu organisasi didirikan untuk menyediakan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Ini berarti, perusahaan dituntut untuk menyediakan barang atau jasa yang bermanfaat bagi konsumen. Seandainya tujuan ini 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.

Perusahaan yang mampu bertahan dalam era persaingan saat ini adalah perusahaan yang mampu menghasilkan produk bermutu tinggi, adanya fasilitas-fasilitas baru, dan kenyamanan agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Perusahaan hendaknya memperhatikan perkembangan pasar secara terus menerus untuk mendapatkan informasi mengenai kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan

diharapkan pula mampu melihat dengan jeli kemungkinan adanya kesempatan-kesempatan dalam pasar, dikaitkan dengan kekuatan yang dimiliki. Kepuasan konsumen atas produk yang dihasilkan akan menimbulkan citra positif terhadap produk perusahaan, sehingga secara tidak langsung akan menumbuhkan kepercayaan konsumen bahwa produk yang dihasilkan memiliki nilai lebih sebagai pemenuh kebutuhan. Perusahaan harus bekerja seoptimal mungkin agar mampu meningkatkan omzet penjualan, yang pada akhirnya akan meningkatkan laba perusahaan sehingga kelangsungan hidup perusahaan dapat dipertahankan.

Salah satu aktivitas yang langsung mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan adalah aktivitas penjualan. Aktivitas penjualan merupakan tulang punggung dalam perusahaan karena hasil dari penjualan menentukan besarnya laba atau rugi perusahaan. Laba maksimal dicapai dengan memaksimalkan aktivitas penjualan. Dalam hal ini, pengawasan sangat diperlukan dan hal ini bisa ditunjang apabila pengendalian internnya berjalan dengan efektif dan efisien.

PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk adalah salah satu perusahaan berskala nasional yang ikut merasakan dampak dari globalisasi. Salah satu misi PT. Ultrajaya adalah menghasilkan produk dengan biaya yang rendah namun tetap memiliki kualitas tinggi, agar dapat mempertahankan keunggulan bersaing. Misi perusahaan tersebut disosialisasikan sampai ke tingkat bawah dalam bentuk target-target dan ukuran-ukuran kinerja. Industri susu di Indonesia juga terkena dampak dari krisis ekonomi ini, selain karena konsumsi susu di Indonesia masih yang paling rendah di kawasan Asia, ini juga disebabkan daya beli masyarakat yang belum merata dan

kurangnya kesadaran minum susu. Dalam industri minuman susu, hambatan yang dihadapi adalah tipe konsumen di Indonesia yang sensitif terhadap perubahan harga, sehingga masing-masing pemasar susu harus dapat menekan biaya produksinya agar harga jual produknya dapat bersaing dengan pesaing lainnya di pasaran.

Pengendalian tidak boleh dikesampingkan dalam setiap aktivitas perusahaan. Evaluasi terhadap pengendalian juga penting dilakukan untuk dijadikan sebagai pedoman dalam mengidentifikasi kelemahan dan penyimpangan. Pengendalian penjualan yang baik sangat diperlukan agar efektivitas penjualan dapat tercapai. Upaya untuk mendeteksi, mencegah, dan meminimalkan ketidakefektifan dan ketidakefisienan yang mungkin terjadi diperlukan adanya sistem pengendalian intern penjualan yang memadai, agar hasil penjualan dapat dipertanggung jawabkan dan digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis bermaksud untuk melakukan penelitian yang akan dituangkan dalam skripsi dalam judul: “Peranan Pengendalian Penjualan Dalam Menunjang Efektivitas Penjualan.”

1.2 Identifikasi Masalah

Pokok permasalahan yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah pelaksanaan pengendalian penjualan pada PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk telah memadai?

2. Bagaimana peranan pengendalian penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan pada PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan :

1. Mengetahui pelaksanaan pengendalian penjualan yang dilakukan oleh PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk.
2. Mengetahui peranan pengendalian penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan pada PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company, Tbk.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan untuk memperoleh manfaat sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan suatu masukan dan sumbangan pemikiran dalam rangka menunjang usaha perusahaan untuk melaksanakan efektivitas penjualan.
2. Bagi penulis, penelitian dapat menjadi pengalaman yang berharga dengan bertambahnya wawasan dengan menerapkan ilmu yang diterima di masa perkuliahan pada dunia usaha sesungguhnya. Penelitian ini juga dilakukan sebagai syarat untuk menempuh ujian sarjana strata 1 (S1) di Fakultas Ekonomi Akuntansi Universitas Kristen Maranatha.

3. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan untuk penelitian selanjutnya, menambah wawasan dan pengetahuan, khususnya mengenai peranan pengendalian intern terhadap efektivitas penjualan.