

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada situasi perekonomian yang sedang diwarnai oleh persaingan yang ketat perusahaan membutuhkan informasi yang semakin cepat dan semakin akurat untuk dapat menjalankan operasi perusahaan dengan baik. Informasi tersebut dapat diperoleh dan tersaji melalui berbagai sumber.

Informasi yang diperoleh sangat berpengaruh terhadap suatu perusahaan dalam melakukan perencanaan dan pengendalian penjualan karena akan digunakan dalam membuat laporan-laporan yang dijadikan salah satu dasar dalam pengambilan keputusan. Keunggulan dalam perolehan informasi merupakan salah satu keunggulan yang signifikan bagi perusahaan karena informasi tersebut dapat digunakan untuk mendukung keputusan strategis yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan dalam semua bidang termasuk bidang penjualan.

Perencanaan merupakan proses penentuan tujuan perusahaan yang ingin dicapai pada masa yang akan datang dan bagaimana cara untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan dilakukan perencanaan perusahaan mempunyai keyakinan bahwa perusahaan dapat diarahkan dan dapat melaksanakan tindakan-tindakan di masa mendatang, yang direncanakan untuk mencapai tujuan.

Penjualan merupakan salah satu penopang hidup bagi perusahaan, maka perusahaan dituntut untuk dapat meningkatkan hasil penjualannya jika ingin dapat tetap bertahan dalam kondisi yang penuh persaingan. Oleh sebab itu, penjualan

dalam suatu perusahaan perlu mendapat perhatian khusus dimulai dengan dilakukannya pengendalian atas penjualan yang memadai.

Pelaksanaan pengendalian atas penjualan meliputi analisis dan penelaahan terhadap kebijaksanaan, prosedur, dan pelaksanaan kegiatan penjualan. Tujuan utama dari pengendalian penjualan adalah untuk menunjang efektivitas dalam penjualan, dalam arti pengukuran prestasi pelaksanaan penjualan dengan membandingkan hasil penjualan yang sesungguhnya dengan suatu tolok ukur yang telah ditetapkan untuk menunjang efektivitas dalam penjualan.

Penulis memilih untuk mengadakan penelitian pada PT. X yang bergerak dalam penjualan pupuk dan pestisida dengan pertimbangan bahwa salah satu aktivitas penting dalam perusahaan adalah aktivitas penjualan maka pengelolaannya harus dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien, sehingga hasil dari penjualan dapat dipertanggung jawabkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Di samping itu, tingginya tingkat persaingan yang ditandai dengan banyaknya perusahaan sejenis yang bermunculan dan menawarkan produknya dengan harga yang lebih rendah, memberikan tantangan bagi pihak manajemen untuk menghadapi para pesaing agar produk yang ditawarkan tetap disukai oleh masyarakat dan bertahan di pasar.

Atas dasar pemikiran tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana perusahaan tersebut mencapai efektivitas penjualan yang baik dan menuangkannya dalam bentuk skripsi dengan judul: **“Peranan Pengendalian Penjualan dalam Menunjang Efektivitas Penjualan (Studi Kasus pada PT. X Bandung).”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sejauh mana efektivitas penjualan pada PT. X telah tercapai.
2. Sejauh mana peranan pengendalian penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan pada PT. X.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui efektivitas penjualan pada PT. X.
- b. Untuk mengetahui peranan pengendalian penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan pada PT. X.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi:

1. Penulis
 - a. Sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian sarjana Ekonomi jurusan Akuntansi Universitas Kristen Maranatha.
 - b. Untuk menambah wawasan pengetahuan mengenai masalah yang diteliti khususnya mengenai peranan pengendalian penjualan guna meningkatkan efektivitas penjualan.

c. Untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas tentang praktik pengendalian penjualan di dunia nyata.

2. Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dasar yang berguna bagi perbaikan dan perkembangan perusahaan yang bersangkutan di masa yang akan datang.

3. Lingkungan Perguruan Tinggi

Untuk menambah referensi bagi para pembaca khususnya mengenai peranan pengendalian penjualan guna meningkatkan efektivitas penjualan.

1.5 Rerangka Pemikiran

Setiap perusahaan memiliki tujuan yang telah ditetapkan dan ingin dicapai agar dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Pada umumnya yang disebut dengan tujuan adalah tercapainya laba tertentu pada setiap periode. Untuk mencapai laba setiap perusahaan mempunyai cara masing-masing melalui perencanaan yang dilakukan.

Peranan (*role*), menurut Komaruddin (1994:768) dapat didefinisikan sebagai berikut:

- ”1. Bagian dari tugas utama yang harus dilaksanakan oleh seseorang dalam manajemen.
2. Pola perilaku yang diharapkan dapat menyertai suatu status.
3. Bagian atau fungsi seseorang dalam kelompok atau pranata.
4. Fungsi yang diharapkan dari seseorang atau menjadi karakteristik yang ada padanya.
5. Fungsi setiap variabel dalam hubungan sebab akibat.”

Menurut Horngren & Foster (2000:3), definisi perencanaan adalah sebagai berikut:

”Planning is deciding on organization goals, predicting results under various alternative ways of achieving those goals, and then deciding how to attain the desired goals.”

Jadi, perencanaan merupakan proses penentuan tujuan perusahaan yang ingin dicapai pada masa yang akan datang dan bagaimana cara untuk mencapai tujuan tersebut. Informasi yang diperoleh digunakan untuk merencanakan masa depan perusahaan dan aktivitas perusahaan. Secara sederhana perencanaan dapat dikatakan sebagai penetapan apa yang akan dilakukan, kapan akan dilakukan, dan bagaimana melakukannya.

Menurut Horngren & Foster (2000:4), definisi pengendalian adalah sebagai berikut:

“Control is (a) deciding on, and taking, actions that implement the planning decisions, and (b) deciding on performance evaluation and the related feedback that will help future decision making.”

Adapun definisi pengendalian penjualan menurut Willson & Campbell yang diterjemahkan oleh Tjintjin Fenix Tjendera (1997:259) adalah sebagai berikut:

“Pengendalian penjualan 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 ($Return\ on\ Investment = ROI$).”

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pengendalian penjualan ditinjau sebagai aktivitas yang menyeluruh, yang meliputi perbandingan antara rencana penjualan dengan realisasi penjualan yang kemudian dianalisis untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan yang signifikan, kemudian dilanjutkan dengan tindakan koreksi atau perbaikan atas penyimpangan yang terjadi.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, penulis sampai pada hipotesis: “Pengendalian Penjualan Berperan dalam Menunjang Efektivitas Penjualan.”

1.6 Metodologi Penelitian

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif analitis yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data untuk memberikan gambaran keadaan perusahaan yang sebenarnya dan memperjelas masalah-masalah yang diteliti.

Adapun teknik penelitian yang digunakan yaitu:

1. Penelitian lapangan (*field research*)

Penelitian lapangan dilakukan dengan cara:

- a. Observasi, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan secara langsung kepada objek yang sedang diteliti.
- b. Wawancara, yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan tanya jawab dengan manajer penjualan sesuai dengan permasalahan yang sedang diteliti.

- c. Kuesioner, yaitu memperoleh data dengan menggunakan daftar pertanyaan yang diajukan kepada manajer penjualan beserta stafnya. Data yang diharapkan penulis dari kuesioner ini dapat menggambarkan dan memaparkan pelaksanaan pengendalian penjualan guna menunjang efektivitas penjualan.
2. Penelitian kepustakaan (*library research*) yang dilakukan dengan cara mempelajari teori-teori yang berkaitan dengan masalah-masalah yang diteliti yang diperoleh dari buku-buku referensi atau bahan bacaan lain. Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data sekunder yang akan digunakan sebagai landasan teori dan pedoman yang dapat dipertanggungjawabkan dalam pembahasan masalah.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan, maka penelitian dilakukan pada PT. X yang berlokasi di Jalan Soekarno Hatta No. 339, Bandung. Waktu penelitian dimulai sejak bulan April 2008 sampai bulan Juli 2008.