

ABSTRAK

Dengan semakin berkembangnya suatu perusahaan, semakin bertambah pula masalah yang dihadapi perusahaan. Pimpinan sulit untuk mengawasi seluruh kegiatan perusahaan secara langsung. Meskipun demikian pimpinan tetap harus dapat mengetahui masalah-masalah yang terjadi di dalam perusahaan, sehingga bila timbul masalah dapat segera dicari penyebabnya. Selain itu manajemen juga memerlukan suatu alat untuk mengevaluasi kegiatannya dan memberikan cara pemecahan bila ditemukan adanya kelemahan atau kecurangan. Alat ini juga harus dapat memberikan rekomendasi untuk dilakukannya tindakan korektif.

Adapun alat bantu yang dapat digunakan untuk tujuan tersebut adalah audit operasional. Dengan dilakukannya audit operasional, perusahaan berharap dapat menunjang efektivitas bagian yang diaudit. Berdasarkan masalah di atas, penulis mencoba untuk melakukan penelitian pada PT "X" di Bandung yang bergerak di bidang tekstil khususnya produksi kain. Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui pelaksanaan audit operasional fungsi penjualan yang diterapkan dalam perusahaan (2) untuk mengetahui tingkat efektivitas penjualan yang telah dilaksanakan, dan (3) untuk mengetahui peranan audit operasional fungsi penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif analisis dengan melakukan survei dan mengumpulkan data dari responden yang telah ditentukan. Penelitian ini didukung oleh pengujian hipotesis terhadap dua variabel, yaitu variabel independen (peranan audit operasional) dan variabel dependen (efektivitas penjualan). Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis adalah pengisian kuesioner, wawancara, dan observasi terhadap objek yang diteliti. Berdasarkan hasil pengujian besarnya hubungan *Audit Operasional* dengan Efektivitas Penjualan sebesar 0,720. Artinya *Audit Operasional* memiliki hubungan yang positif, tinggi, kuat sekali, dapat diandalkan. Besarnya pengaruh *Audit Operasional* dengan Efektivitas Penjualan sebesar 0,519 atau sebesar 51,90%. Angka tersebut didapat dari perhitungan dengan rumus :

$$KD = r^2 \times 100\% = 0,720^2 \times 100\% = 51,90\%.$$

Arti uji pengaruh tersebut adalah variabel *Audit Operasional* mampu memberikan pengaruh pada Efektivitas Penjualan sebesar 51,90%, sedangkan sisanya 48,10% lainnya dipengaruhi faktor-faktor lain.

Kata Kunci, Audit Operasional, Efektivitas Penjualan.

ABSTRACT

With the development of an enterprise, is also growing problems facing the company. Leadership is hard to supervise all operations of the company directly. Nonetheless leaders should still be able to know the problems that occur in the company, so that when problems arise can be quickly found the cause. In addition it also requires a management tool to evaluate the activity and give a solution if found any weaknesses or fraud. The tool should also be able to provide recommendations for corrective action.

The tool can be used for this purpose is the operational audit. Having conducted an operational audit, the company hopes to support the effectiveness of the audit section. Based on the above problem, the author tried to do research on PT "X" in Bandung, which is engaged in the production of textile fabrics especially. The purpose of this study was (1) to determine the operational audit functions are implemented in the company's sales (2) to determine the level of effectiveness of the sales that have been implemented, and (3) to determine the role of the operational audit support the effectiveness of the sales function in the sale.

The method used is descriptive analysis of the survey and collect the data from respondents who have been determined. This research was supported by hypothesis testing against the two variables, the independent variable (operational audit role) and the dependent variable (sales effectiveness). Data collection techniques the author is filling questionnaires, interviews, and observations of the object under study. Based on the results of testing the relationship with the Operational Audit Effectiveness Sales of 0.720. Operational Audit means having a positive relationship, tall, strong, reliable. The amount of influence with the Operational Audit of Sales Effectiveness at 0.519 or 51.90%. The figures obtained from the calculation with the formula:

$$KD = r^2 \times 100\% , = 0.720^2 \times 100\% = 51.90\%.$$

Meaning test the influence of Operational Audit is capable of providing variable influence on Sales Effectiveness at 51.90%, while the remaining 48.10% are influenced other factors.

Keyword, Operational Audit, Sales Effectiveness.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
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 KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN	
 HIPOTESIS.....	6
2.1 Kajian Pustaka.....	6
2.1.1 Konsep Tentang Peranan.....	6
2.1.2 Audit.....	7
2.1.2.1 Pengertian Auditing.....	7
2.1.2.2 Jenis-Jenis Audit.....	10
2.1.3 Audit Operasional.....	11
2.1.3.1 Pengertian Audit Operasional.....	11
2.1.3.2 Jenis- Jenis Audit Operasional.....	13
2.1.3.3 Ruang Lingkup Audit Operasional.....	14
2.1.3.4 Tujuan Audit Operasional.....	18
2.1.3.5 Tahap Audit Operasional.....	20
2.1.3.6 Keterbatasan Audit Operasional.....	22

2.1.4	Penjualan.....	23
2.1.4.1	Pengertian Penjualan.....	23
2.1.4.2	Tujuan Penjualan.....	24
2.1.4.3	Efektivitas Penjualan.....	26
2.1.4.4	Peranan Audit Operasional Dalam Menunjang Efektivitas Penjualan.....	27
BAB III	OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	28
3.1	Objek Penelitian.....	28
3.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	28
3.1.2	Struktur Organisasi.....	28
3.1.3	Uraian Tugas.....	30
3.1.3.1	Komisaris.....	30
3.1.3.2	Direktur.....	30
3.1.3.3	Auditor Internal.....	31
3.1.3.4	Sekretaris.....	32
3.1.3.5	Kepala Bagian Pembelian.....	32
3.1.3.6	Kepala Bagian Penjualan.....	34
3.1.3.7	Kepala Bagian PPIC.....	35
3.1.3.8	Kepala Bagian Akuntansi dan Keuangan.....	38
3.1.3.9	Kepala Bagian Personalia dan Umum.....	41
3.1.4	Aktivitas Perusahaan.....	43
3.2	Metode Penelitian.....	45
3.2.1	Penentuan Responden.....	46
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.2.3	Operasionalisasi Variabel.....	47

3.2.4	Variabel dan Skala Pengukuran.....	48
3.2.5	Tehnik Pengembangan Instrumental.....	50
3.2.6	Analisis Pengujian Hipotesis.....	50
3.3	Tehnik Analisis Data.....	52
3.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	52
3.3.2	Uji Kolerasi.....	53
3.3.3	Uji Pengaruh.....	54
3.3.4	Uji Normalitas.....	55
3.3.5	Uji Hipotesis.....	56
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1	Hasil Pengamatan di PT “ X “.....	57
4.1.1	Sistem dan Prosedur Penjualan.....	57
4.2	Pelaksanaan Audit Operasional Atas Kegiatan Penjualan.....	61
4.2.1	Kualifikasi Audit Operasional.....	61
4.2.2	Program Audit Operasional.....	62
4.2.3	Pelaksanaan Audit Operasional.....	65
4.2.3.1	Tahap Pendahuluan.....	65
4.2.3.2	Tahap Audit Mendalam	68
4.2.3.3	Tahap Pelaporan.....	70
4.2.3.4	Tindak Lanjut Atas Hasil Audit.....	71
4.3	Efektivitas Penjualan.....	72
4.3.1	Analisis Anggaran dan Realisasi Penjualan.....	72
4.3.2	Analisis Biaya Penjualan.....	75
4.4	Pengujian Hipotesis.....	76
4.4.1	Analisis Deskriptif Kualitatif.....	76

4.4.2	Analisis Statistik.....	78
4.4.2.1	Uji Validitas.....	78
4.4.2.2	Uji Reliabilitas.....	80
4.4.3	Hasil Pengujian Hipotesis.....	81
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1	Simpulan.....	87
5.2	Saran.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Struktur Organisasi PT. “ X “

29

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Perbedaan Audit Keuangan dengan Audit Operasional	16
Tabel 2	Tabel Indeks Kolerasi	54
Tabel 3	Anggaran dan Realisasi Penjualan PT “ X” Thn 2010	73
Tabel 4	Anggaran dan Realisasi Penjualan PT “ X “ Thn 2011	74
Tabel 5	Anggaran dan Realisasi Biaya Penjualan PT “X“ Thn 2010 & 2011	75
Tabel 6	Uji Validitas Variabel Audit Operasional	78
Tabel 7	Uji Validitas Variabel Efektivitas Penjualan	79
Tabel 8	Hasil Uji Reliabilitas	81
Tabel 9	Hasil Uji Hubungan	82
Tabel 10	Hasil Uji One Sample Kolmogotov, Smirnov Test	83
Tabel 11	Hasil Uji Coefficients	84