

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang masalah**

Pada akhir tahun 2015 mendatang, kesepakatan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) atau pasar bebas ASEAN mulai berlaku. Jika ingin tetap bisa bersaing, Indonesia harus berbenah. Sebab, daya saing beberapa sektor industri utama kita masih kalah dibandingkan negara-negara ASEAN lainnya. Terkait dengan itu Presiden Susilo Bambang Yudhoyono menerbitkan Keputusan Presiden Nomor 37 Tahun 2014 tentang Komite Nasional Persiapan Pelaksanaan Masyarakat Ekonomi ASEAN, dalam upaya untuk meningkatkan daya saing nasional dan kesiapan menghadapi pelaksanaan MEA dan pada 1 September 2014 Presiden Susilo Bambang Yudhoyono telah menandatangani Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2014 tentang Peningkatan Daya Saing Rangka Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (Winarto, 2014).

Meningkatnya daya saing Indonesia tercermin dari laporan Forum Ekonomi Dunia atau *World Economic Forum* (WEF) pada Selasa (2/9), yang merilis Indeks Daya Saing Global 2014-2015. Dalam rilis itu dikemukakan, daya saing Indonesia naik 4 (empat) tingkat menjadi peringkat 34 dari 144 negara di dunia. Pemerintah Indonesia terus meningkatkan komitmennya dalam mendukung optimalisasi daya saing guna memacu produktivitas dan pertumbuhan ekonomi yang berkualitas. Dukungan tersebut diwujudkan dalam Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2014 tentang Peningkatan Daya Saing Nasional Dalam Rangka Menghadapi Masyarakat Ekonomi *Association of Southeast Asian Nations* pada

tanggal 1 September 2014. Melalui Instruksi Presiden tersebut, Presiden Indonesia menginstruksikan kepada jajaran pemerintah Indonesia untuk mengambil langkah-langkah yang diperlukan sesuai dengan tugas, fungsi, dan kewenangan masing-masing secara terkoordinasi dan terintegrasi untuk meningkatkan daya saing nasional dan melakukan persiapan pelaksanaan MEA yang akan dimulai pada 2015 (Cahyono, 2014).

Bagi Indonesia, MEA akan menjadi peluang karena hambatan perdagangan akan cenderung berkurang bahkan menjadi tidak ada. Hal tersebut akan berdampak pada peningkatan ekspor yang pada akhirnya akan meningkatkan *Gross Domestic Product* (GDP) Indonesia. Pada sisi investasi, dengan dukungan birokrasi pada aspek kelembagaan dan sumber daya manusianya, diharapkan dapat menciptakan iklim investasi yang kondusif dalam mendukung masuknya *Foreign Direct Investment* (FDI). Meningkatnya investasi diharapkan dapat menstimulus pertumbuhan ekonomi, perkembangan teknologi, penciptaan lapangan kerja, pengembangan sumber daya manusia (*human capital*) dan mengatasi masalah tenaga kerja dan pengentasan kemiskinan yang menjadi tantangan dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat. Namun sebaliknya, pemberlakuan MEA 2015 akan dapat menjadikan kita sebagai pecundang belaka, yang ditandai dengan hanya menjadi pasar impor, dan terjebak menjadi negara berpendapatan menengah (*middle income trap*), apabila tanpa persiapan yang matang dalam meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan daya saing (Cahyono, 2014).

Secara khusus pada perusahaan-perusahaan industri yang ada di Indonesia, salah satu upaya peningkatan daya saing tersebut dapat dilakukan dengan melakukan aktivitas perusahaan secara efektif dan efisien. Dengan peningkatan

efektivitas dan efisiensi operasi perusahaan, maka perusahaan akan dapat meningkatkan daya saing produk dalam pangsa pasar, yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan/ laba perusahaan (Stevanny,2006).

Penjualan merupakan proses yang dilakukan oleh penjual untuk memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapai manfaat baik bagi sang penjual maupun sang pembeli yang berkelanjutan dan menguntungkan kedua belah pihak (Winardi, 1991:131). Fungsi penjualan merupakan salah satu unit utama dalam suatu organisasi/ perusahaan yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan kegiatan penjualan, maka pihak manajemen perlu melakukan perencanaan, pelaksanaan, serta pengendalian terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh fungsi penjualan dengan baik (Hunger and Wheelen, 2003:248). Aktivitas penjualan merupakan bagian penting dalam operasi perusahaan dan menjadi tulang punggung dalam perusahaan karena aktivitas penjualan merupakan sumber pendapatan perusahaan, sehingga kurang dikelolanya aktivitas penjualan dengan baik, secara langsung akan merugikan perusahaan disebabkan selain sasaran penjualan tidak tercapai, juga pendapatan akan berkurang (La Midjan, 2001:174).

Efektivitas penjualan pada suatu organisasi penjualan mengindikasikan seberapa baik organisasi penjualan menerapkan bisnis dan strategi marketingnya (Baldauf *et al.* 2001) dimana pengukuran efektifitas penjualan dapat diujikan pada seluruh organisasi penjual atau individu yang menjadi anggota organisasi atau tim unit operasi (Atuahene and Kamel 1998 dalam Grant and Craven, 1998). Efektivitas penjualan dapat diukur dengan membandingkan target penjualan dengan realisasi penjualan. Penjualan perusahaan dapat disebut efektif apabila target penjualan yang ditetapkan manajemen perusahaan dapat direalisasikan

dengan optimal. Dengan penjualan yang memenuhi target dan bahkan melebihi target penjualan yang direncanakan, maka perusahaan akan mendapatkan laba yang optimal yang dapat digunakan untuk kelangsungan hidup perusahaan dan perkembangan perusahaan. Sebaliknya, jika efektivitas penjualan tidak tercapai dalam arti target penjualan belum direalisasikan sepenuhnya maka dapat mempengaruhi laba yang diperoleh semakin sedikit, bahkan perusahaan dapat mengalami kerugian sehingga tidak mampu beroperasi lagi (Anasti, 2013).

Salah satu faktor agar efektivitas penjualan dapat tercapai adalah terdapatnya sistem pengendalian intern yang baik dan memadai didalam perusahaan. Mengingat pentingnya kegiatan penjualan dalam perusahaan, maka harus diperhatikan unsur-unsur didalam pengendalian intern yang merupakan dasar bagi terlaksananya efektivitas penjualan. Kemungkinan terjadi penyimpangan yang timbul dari kegiatan penjualan sangat besar, apabila pengelolaan kegiatan penjualan tidak dikendalikan dengan sistem pengendalian intern yang baik dan memadai, maka secara langsung akan merugikan perusahaan karena sasaran penjualan tidak terealisasi dan mengakibatkan kerugian pada perusahaan (Dewi, 2010). Untuk mengukur dan meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional, perlu dilakukannya audit operasional sesuai dengan pendapat (Casler dan Crochet, 1999) mengemukakan pengertian audit operasional yang merupakan suatu proses yang sistematis untuk menilai efektivitas organisasi, efisiensi dan ekonomi operasi di bawah pengendalian manajemen dan melaporkan kejadian kepada orang yang tepat hasil dari penilaian bersama dengan disertai rekomendasi untuk perbaikan.

Audit operasional memiliki peranan untuk mengevaluasi keefektifitasan, keefisiensian operasi perusahaan, untuk mengetahui apakah kegiatan operasional

telah dilaksanakan sesuai dengan kebijakan dan prosedur yang telah ditetapkan perusahaan. Audit operasional ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengungkapkan dan memberikan informasi kepada pihak manajemen mengenai rekomendasi dan saran perbaikan yang bisa diambil guna meminimalkan kegiatan operasional perusahaan yang kurang efektif, efisien yang berdampak pada kerugian-kerugian yang dialami oleh perusahaan (Hutasoit, 2014).

Iriyadi (2004) mengatakan bahwa pemeriksaan internal khususnya pemeriksaan operasional penjualan bertujuan untuk menilai ketaatan pada kebijakan atau prosedur penjualan yang ditetapkan oleh perusahaan, mengevaluasi tingkat efisiensi dan efektivitas dalam mengelola kegiatan penjualan, untuk mengetahui hambatan-hambatan dan kelemahan-kelemahan yang ditemui pada kegiatan penjualan serta untuk mengetahui hasil dan dampak dari pemeriksaan operasional dan memberikan masukan serta saran guna meningkatkan efektivitas kegiatan penjualan.

Penelitian ini telah diteliti sebelumnya oleh Kurniawan (2012) yang menguji peranan audit operasional dalam meningkatkan efektivitas penjualan dengan objek penelitian di CV. Surya Sejati yang mengungkapkan bahwa besarnya peranan audit operasional pada efektivitas penjualan adalah sebesar 18% dan 82% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Dalam hal ini berarti audit operasional berperan dalam menunjang efektivitas fungsi penjualan.

Penelitian ini dilakukan pada PT. Medion karena perusahaan ini berperan besar dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat Indonesia yaitu perusahaan farmasi peternakan dengan produk utama vaksin, obat, dan vitamin, serta alat-alat peternakan. Saat ini memiliki lebih dari 40 (empat puluh) kantor cabang yang tersebar di kawasan Asia dan Afrika. Dengan didukung oleh teknologi tinggi dan

penerapan GMP (*Good Manufacturing Practice*), serta sistem informasi yang memadai, Medion menjadi salah satu pemain utama dalam industri peternakan.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti berkeinginan untuk meneliti fungsi audit operasional dalam menunjang efektivitas penjualan yang mereplikasi penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan (2012). Dalam penelitian ini, penulis membedakan objek penelitiannya yang dilakukan di PT. Medion Farma Jaya. Untuk itu penulis mengajukan penelitian yang berjudul : “PENGARUH AUDIT OPERASIONAL DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PENJUALAN PADA PT. MEDION”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh audit operasional terhadap peningkatan efektivitas pada PT. Medion?
2. Seberapa besar pengaruh audit operasional dalam menunjang efektivitas penjualan pada PT. Medion?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini untuk mendapatkan jawaban dari identifikasi masalah diatas, yaitu :

1. Mengetahui pengaruh audit operasional terhadap peningkatan efektivitas pada PT. Medion..
2. Mengetahui seberapa besar pengaruh audit operasional dalam menunjang efektivitas penjualan pada PT. Medion.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Beberapa kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan bagi manajemen dalam menjalankan aktivitas perusahaan mengenai pelaksanaan audit operasional sebagai sarana pengendalian untuk meningkatkan efektivitas dan efesiensi operasi perusahaan, terutama dalam efektivitas penjualan.

2. Bagi penulis

Penelitian ini berguna bagi penulis untuk menambah ilmu pengetahuan, khususnya dalam hal penerapan teori mengenai audit operasional terhadap kegiatan penjualan dalam suatu perusahaan. Selain itu, penelitian ini ini berguna sebagai syarat dalam menempuh ujian siding sarjana ekonomi program studi Akuntansi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.

3. Bagi pihak-pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan bagi pihak lain serta dapat dijadikan bahan referensi dan pemahaman terbatas mengenai judul yang diteliti.