

ABSTRACT

“OPERATIONAL AUDIT ROLE IN SUPPORTING THE EFFECTIVENESS OF SALES IN PT.TELEKOMUNIKASI INDONESIA, TBK”

The development of an enterprise, increasing the problems facing the company. The President of enterprise is difficult to supervise all activities of the company directly, but still need to know the state of the company so that when problems arise can be immediately found the cause. Management requires a tool to evaluate its activities by providing solution if found any weaknesses or fraud, this tool also can provide a recommendation that a department goes well.

That tool is operational audits, operational audits with leaders hope to support the effectiveness of the audited part in this part of the sale as part of the sale is the most important part of this perusahaan. Penelitian audit aims to determine the role of Operations in supporting the effectiveness of sales activities at PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. The independent variable in this study is the operational audit, while the dependent variable in this study is the effectiveness of sales activities.

Data collection methods used in this research is to use the questionnaire data. Population and sample in this study are all internal auditors working in PT.Telekomunikasi Indonesia totaling 30 people. Data were processed using analytical processing deskriptif, estimating a simple regression model, and test hypotheses using SPSS 19.0 for Windows. Hasil analysis showed Operational audit has a significant impact on the effectiveness of sales activities by 45% and the remaining 55% are influenced by other factors. Operational audit role in supporting the effectiveness of sales activities in PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk fall into the category "Self-sufficient".

Keywords: *role, operational audits, effectiveness, sales*

ABSTRAK

“PERANAN AUDIT OPERASIONAL DALAM MENUNJANG EFEKTIVITAS KEGIATAN PENJUALAN PADA PT.TELEKOMUNIKASI INDONESIA, TBK”

Dengan semakin berkembangnya suatu perusahaan, semakin bertambah masalah yang dihadapi perusahaan. Pimpinan sulit untuk mengawasi seluruh kegiatan perusahaan secara langsung, namun pimpinan tetap harus mengetahui keadaan perusahaan sehingga bila timbul masalah dapat segera dicari penyebabnya. Manajemen memerlukan suatu alat untuk mengevaluasi kegiatannya dengan memberikan pemecahan bila ditemukan adanya kelemahan atau kecurangan, alat ini juga dapat memberikan rekomendasi agar suatu bagian berjalan dengan baik.

Alat bantu tersebut adalah audit operasional, dengan dilakukan audit operasional pimpinan berharap dapat menunjang efektivitas pada bagian yang diaudit dalam hal ini bagian penjualan karena bagian penjualan merupakan bagian terpenting dari perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan audit Operasional dalam menunjang efektivitas kegiatan penjualan pada PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Variabel independen dalam penelitian ini adalah audit operasional, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah efektivitas kegiatan penjualan.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan data kuesioner. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh auditor internal yang bekerja di PT.Telekomunikasi Indonesia yang berjumlah 30 orang. Data diolah dengan menggunakan pengolahan analisis deskriptif, pengestimasi model regresi sederhana, dan uji hipotesis dengan menggunakan SPSS 19.0 for Windows. Hasil analisis menunjukkan audit Operasional memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efektivitas kegiatan penjualan sebesar 45% dan sisanya 55% dipengaruhi oleh faktor lain. Peranan audit operasional dalam menunjang efektivitas kegiatan penjualan pada PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk termasuk ke dalam kategori “Cukup Memadai”.

Kata kunci : peranan, audit operasional, efektivitas, penjualan

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Kegunaan Penelitian	6
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PENELITIAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1. Pengertian Auditing.....	7
2.1.1. Jenis-Jenis Audit	9
2.1.2. Jenis-Jenis Auditor.....	11
2.1.3. Pengertian Audit Internal	12

2.1.4. Pengertian Audit Operasional	14
2.1.5. Tujuan Audit Operasional.....	15
2.1.6. Pengertian Penelaahan Operasional	16
2.1.7. Manfaat Audit Operasional	17
2.1.8. Karakteristik Audit Operasional	21
2.1.9. Kualifikasi Auditor Operasional	22
2.1.9.1. Independensi Auditor Operasional.....	22
2.1.9.2. Kompetensi Auditor Operasional.....	23
2.1.10. Tahap-Tahap Audit Operasional.....	24
2.1.11. Keterbatasan Audit Operasional	26
2.2. Pengertian Penjualan.....	27
2.2.1. Klasifikasi Transaksi Penjualan	29
2.2.2. Tujuan Penjualan.....	30
2.2.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan.....	31
2.2.4. Proses Penjualan.....	33
2.2.5. Efektivitas Kegiatan Penjualan	34
2.3. Kerangka Pemikiran.....	36
2.4. Hipotesis.....	40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	40
3.2 Jenis Penelitian	40

3.3 Populasi dan Sampel.....	41
3.4. Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.5. Operasionalisasi Variabel.....	42
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.7. Teknik Pengembangan Instrumen.....	62
3.8. Metode Analisis Data.....	47
3.8.1. Statistik Dekriptif.....	47
3.8.2. Uji Normalitas	47
3.8.3. Uji Instrumen.....	47
3.8.3.1. Uji Validitas	47
3.8.3.2. Uji Reliabilitas	49
3.8.4. Uji Hipotesis.....	50
3.8.4.1. Analisis Persamaan Regresi Linear Sederhana.....	50
3.8.4.2. Analisis Koefisien Determinasi.....	51
3.8.4.3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	52

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Sejarah Perusahaan.....	53
4.1.1. Visi dan Misi Perusahaan	58
4.1.1.1. Visi Perusahaan	58
4.1.1.2. Misi Perusahaan.....	58
4.1.2. Lokasi Penelitian	58

4.1.3. Logo Perusahaan.....	59
4.1.4. Struktur Organisasi Unit Internal Audit	60
4.1.5. Visi dan Misi Internal Audit.....	60
4.1.5.1. Visi Internal Audit	60
4.1.5.2. Misi Internal Audit	61
4.1.6. Struktur dan Kedudukan Internal Audit	61
4.2. Analisis Data	62
4.2.1. Uji Validitas	62
4.2.2. Uji Reliabilitas.....	66
4.3. Analisis Deskriptif Data Penelitian	67
4.3.1. Variabel Audit Operasional (X).....	68
4.3.2. Variabel Efektivitas Kegiatan Penjualan (Y).....	79
4.4. Uji Asumsi Klasik.....	83
4.4.1. Uji Normalitas.....	83
4.4.2. Uji Heteroskedastisitas.....	84
4.5. Uji Hipotesis.....	85
4.5.1. Analisis Koefisien Korelasi Pearson Product Moment.....	85
4.5.2. Analisis Persamaan Regresi Linear Sederhana	86
4.5.3. Analisis Koefisien Determinasi	87
4.5.4. Uji Signifikansi Paramater Individual (Uji t)	88

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	91
5.2. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	95
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>)	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 4.1 Logo PT.Telekomunikasi Indonesia Tbk.....	59
Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas menggunakan Scaterplot.....	84
Gambar 4.3 Kurva Uji-t Dua Pihak.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	58
Tabel 4.1	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Audit Operasional (X).....	63
Tabel 4.2	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Efektivitas Penjualan (Y)	65
Tabel 4.3	Hasil Uji Realibilitas Kuesioner Penelitian.....	67
Tabel 4.4	Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pertanyaan Pada Variabel Audit Operasional (X).....	68
Tabel 4.5	Presentase Skor Jawaban Responden Tentang Item-item Pernyataan Pada Variabel Audit Operasional.....	72
Tabel 4.6	Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pernyataan Pada Variabel Efektivitas Kegiatan Penjualan	79
Tabel 4.7	Presentase Skor Jawaban responden Terhadap Item-item Pernyataan Pada Variabel Efektivitas Kegiatan Penjualan.....	81
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas	83
Tabel 4.9	Hasil Analisis Koefisien Korelasi Pearson Product Moment	86
Tabel 4.10	Koefisien Korelasi dan Taksirannya	86
Tabel 4.11	Hasil Analisis Persamaan Regresi Linier Sederhana	86
Tabel 4.41	Hasil Analisis Koefisien Determinasi	88
Tabel 4.42	Hasil Uji t	90