

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi, saat batas antar negara semakin terbuka, ketika produk dan jasa dari satu tempat mudah mencapai tempat lain, maka hanya mereka yang bekerja dengan prinsip “*doing the right things (effective)*” dan “*doing things right (efficient)*” yang akan memenangkan persaingan dan merebut pasaran, yang pada giliran selanjutnya menikmati hasil usahanya lebih dahulu dan lebih baik (Soeharto, 2001). Agar tetap bersaing dalam pasar global, perusahaan-perusahaan yang ada dituntut secara kontinu mengelola perusahaannya agar tujuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan semaksimal mungkin dapat tercapai sehingga kemakmuran pemilik perusahaan dapat meningkat (Junarsin, 2009).

Perusahaan merupakan suatu organisasi yang memproses sumber daya untuk menghasilkan barang atau jasa. Sebagian perusahaan bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan (Warren dkk, 2008:2). Ada pula perusahaan lain yang bertujuan selain memaksimalkan keuntungan. Perusahaan nonlaba (*non-profit*) bertujuan untuk memberikan manfaat bagi masyarakat, seperti melakukan penelitian di bidang kesehatan atau perlindungan sumber daya alam (Reeve dkk, 2009:3).

Untuk memperoleh pendapatan serta keuntungan yang maksimal, suatu perusahaan sangat bergantung pada suatu elemen penting yang dapat memengaruhi laba rugi dan kelangsungan hidup perusahaan yang disebut dengan kegiatan penjualan (Fitriani, 2006). Penting bagi perusahaan untuk dapat

melaksanakan pengelolaan kegiatan penjualan yang seefektif mungkin pada tingkat biaya yang relatif lebih rendah namun tetap memperhatikan kepuasan dan permintaan pelanggan (Karuniawan, 2007).

Sudah tentu banyak cara untuk menentukan agar kegiatan penjualan dapat dikelola dengan baik. Pengelolaan yang baik mencerminkan bahwa seluruh kegiatan perusahaan dilaksanakan sesuai dengan kebijakan yang telah ditetapkan, sehingga pelaksanaan kegiatan penjualan perusahaan dilakukan secara efektif. Salah satu sarana yang dapat dipergunakan untuk mengevaluasi efektivitas pengelolaan operasi penjualan dari suatu perusahaan adalah audit operasional (Karuniawan, 2007).

Audit operasional memfokuskan penilaiannya pada efisiensi dan efektivitas operasi suatu entitas (Bayangkara, 2014:3). Dalam audit operasional, pemeriksaan yang dilakukan terhadap kegiatan perusahaan, termasuk kebijakan akuntansi dan kebijakan operasional yang telah ditentukan oleh manajemen untuk mengetahui apakah kegiatan operasional tersebut telah dilakukan secara efektif, efisien, dan secara ekonomis (Agoes, 2012:11). Dewasa ini audit operasional merupakan sesuatu yang dibutuhkan dan dianggap penting oleh perusahaan.

Menyadari pentingnya peranan dari audit operasional untuk menunjang efektivitas penjualan di dalam perusahaan, penulis tertarik untuk membahas mengenai audit operasional yang dituangkan ke dalam tugas akhir untuk memenuhi salah satu syarat dalam mengikuti Sidang Sarjana Strata Satu (S-1) pada Universitas Kristen Maranatha dengan judul: “Peranan Audit Operasional dalam Menunjang Efektivitas Penjualan (Studi Kasus pada PT. Dirgantara Indonesia).”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah pelaksanaan audit operasional pada PT. Dirgantara Indonesia telah dilaksanakan secara memadai?
2. Bagaimana peranan audit operasional dalam menunjang efektivitas penjualan pada PT. Dirgantara Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah pelaksanaan audit operasional pada PT. Dirgantara Indonesia telah dilaksanakan secara memadai.
2. Untuk mengetahui bagaimana peran audit operasional dalam menunjang efektivitas penjualan pada PT. Dirgantara Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berguna, bagi berbagai pihak yaitu:

1. **Bagi praktisi bisnis**, diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan yang dapat membantu pihak manajemen dalam menjalankan operasinya dan memberikan gambaran tentang pentingnya audit operasional dalam menganalisis dan mengevaluasi pelaksanaan aktivitas manajemen dalam mencapai efektivitas penjualan.

2. **Bagi penulis**, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan berpikir dan perbandingan antara teori dengan praktek yang sebenarnya mengenai peranan audit operasional dalam menunjang kegiatan penjualan dalam suatu perusahaan akan bertambah jelas.
3. **Bagi pihak lain**, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi serta dapat digunakan untuk menambah pengetahuan, wawasan, dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai audit operasional dalam menunjang efektivitas penjualan dan penerapannya.

