

ABSTRAK

Setiap perusahaan bersaing untuk mendapatkan pangsa pasar agar perusahaan tersebut dapat bertahan. Setiap perusahaan perlu melakukan setiap strategi yang dibutuhkan dalam menunjang kelangsungan hidup perusahaan. Salah satu strategi yang dibutuhkan oleh perusahaan yaitu kegiatan penjualan. Selain strategi, perusahaan membutuhkan alat yang dapat membantu manajemen dalam menentukan sebuah keputusan dan memantau kegiatan penjualan agar berjalan dengan efektif yaitu audit internal. Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian di PT. Medion. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peranan audit internal dalam menunjang efektivitas penjualan. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif melalui studi pustaka dan studi lapangan berbentuk kuesioner. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyimpulkan bahwa audit internal sedikit berperan dalam menunjang efektivitas penjualan pada PT. Medion.

Kata kunci : audit internal, efektivitas penjualan.



ABSTRACT

In today's world, every company is competing to gain market share in order for the company to survive. Every company needs to do every strategy needed to support the company's survival. One of the strategies required by the company is sales activities. In addition to strategy, companies need tools that can assist management in determining a decision and monitor sales activities to run effectively ie internal audit. Therefore, researchers decided to conduct research at PT. Medion. The purpose of this study is to determine the role of internal audit in support of sales effectiveness. This research uses descriptive analysis method through literature study and field study in the form of questionnaire. Based on the results of research, the researcher concludes that the internal audit little role in supporting the effectiveness of sales at PT. Medion.

Keywords: internal audit, sales effectiveness.



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II: LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Review Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Pengertian Peranan.....	9
2.3 Pengertian Audit.....	10
2.3.1 Jenis-jenis Audit	10
2.4 Pengertian Audit Internal.....	12
2.4.1 Tujuan & Ruang Lingkup.....	13
2.4.2 Peran Audit Internal.....	14
2.4.3 Tahap-tahap Audit Internal.....	16
2.4.4 Independensi Audit Internal.....	21
2.4.5 Kompetensi Audit Internal.....	21
2.5 Pengertian Efektivitas.....	23

2.5.1 Pengukuran Efektivitas.....	23
2.6 Penjualan.....	26
2.6.1 Jenis-Jenis Penjualan.....	26
2.6.2 Prosedur Penjualan.....	28
2.7 Hubungan Audit Internal dengan Efektivitas Penjualan.....	31
2.8 Pengembangan Hipotesis.....	34
BAB III: OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1 Objek Penelitian.....	35
3.2 Typologi Penelitian.....	35
3.3 Metode Penelitian.....	36
3.4 Kriteria Populasi.....	37
3.5 Penentuan Responden.....	38
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.7 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	40
3.8 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	42
3.9 Kriteria Penilaian Memadai.....	44
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Analisis Hasil Pengumpulan Data	45
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	46
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	47
4.1.3 Nilai dan Kebijakan Mutu Perusahaan	48
4.1.4 Struktur Divisi	49
4.2 Kualifikasi Audit Internal.....	50

4.2.1 Independensi	51
4.2.2 Kompetensi	52
4.2.3 Program Audit	54
4.2.4 Pelaksanaan Audit Internal	55
4.2.4.1 Tahap Pendahuluan	56
4.2.4.2 Tahap Audit Mendalam	61
4.2.4.3 Tahap Pelaporan	63
4.3 Efektivitas Penjualan	67
4.3.1 Analisis Target dan Realisasi Penjualan	67
4.4 Pengujian Hipotesis	69
4.4.1 Analisis Statistik	69
4.4.2 Analisis Deskriptif Kualitatif	74
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	79
5.3 Keterbatasan Penelitian	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	81
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.....	33
Gambar 4.1.....	48



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Riset Empiris.....	5
Tabel 3.1 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	39
Tabel 4.1 Kunjungan ke PT. Bonli Cipta Sejahtera.....	45
Tabel 4.2 Sub Indikator Independensi	49
Tabel 4.3 Sub Indikator Kompetensi.....	50
Tabel 4.4 Sub Indikator Program Audit.....	52
Tabel 4.5 Sub Indikator Pengamatan Sekilas Atas Fasilitas Fisik	54
Tabel 4.6 Sub Indikator Mencari Data Tertulis	55
Tabel 4.7 Sub Indikator Wawancara Dengan Manajemen.....	57
Tabel 4.8 Sub Indikator Kegiatan Analisa Keuangan.....	58
Tabel 4.9 Sub Indikator Studi Lapangan.....	60
Tabel 4.10 Sub Indikator Analisis.....	61
Tabel 4.11 Sub Indikator Tahap Pelaporan.....	62
Tabel 4.12 Sub Indikator Tahap Temuan dan Rekomendasi	63
Tabel 4.13 Penjualan Produk PT. Bonli Cipta Sejahtera	64
Tabel 4.14 Anggaran dan Realisasi Penjualan PT. Bonli Cipta Sejahtera.....	65
Tabel 4.15 Anggaran dan Realisasi Biaya Penjualan PT. Bonli Cipta Sejahtera	66
Tabel 4.16 Variabel Independen Peranan Audit Operasional	68
Tabel 4.17 Variabel Dependen Efektivitas Penjualan.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Izin Penelitian.....	
Lampiran B Kuesioner	
Lampiran C Tabulasi Kuesioner	
Lampiran D Riwayat Hidup	

