

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan perekonomian mengalami pertumbuhan yang sangat pesat di masing-masing perusahaan yang mempunyai tujuan berbeda. Dunia usaha yang didalamnya terjadi banyak persaingan yang ketat antara perusahaan besar, usaha menengah dan kecil. Sehingga setiap perusahaan berusaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Salah satu cara dengan pengelolaan seoptimal mungkin sumber daya yang dimilikinya.

Dalam memasuki perkembangan dunia ekonomi yang semakin luas saat ini, setiap perusahaan yang tumbuh dan berkembang memerlukan suatu pengendalian internal yang baik dalam mendukung dan memperlancar kegiatan perusahaan. Untuk mewujudkan dibutuhkan berbagai macam faktor pendukung baik secara langsung maupun tidak langsung dalam suatu proses kegiatan perusahaan. Aktivitas penjualan dalam perusahaan memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga keberlangsungan suatu perusahaan.

Perusahaan harus mampu menyediakan jasa untuk memenuhi keinginan konsumen. Seorang pemimpin dalam manajemen perusahaan mampu membuat kebijaksanaan-kebijaksanaan umum mengatur jalannya perusahaan secara keseluruhan yang mencakup hal-hal intern dan juga ekstern. Tujuan utama perusahaan adalah memperoleh laba yang optimal sesuai dengan pertumbuhan perusahaan dalam jangka panjang, sehingga dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan. (Willson & Campbell, 1981: 161).

Perusahaan tentunya harus mendapatkan keuntungan dari aktivitas dalam perusahaan. Salah satu aktivitas yang memberikan keuntungan adalah aktivitas penjualan. Aktivitas penjualan merupakan suatu usaha terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan pembeli guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba (Iskandar, 2009). Aktivitas penjualan dalam perusahaan berhubungan dengan fungsi pokok ekonomi yang berada di masyarakat yaitu konsumsi, produksi, dan distribusi (Sarwanta, 2012). Dilihat dari sisi eksternal, aktivitas penjualan dapat memenuhi fungsi pokok ekonomi masyarakat. Dari sisi internal, terjadinya efektivitas pada penjualan jika faktor yang mempengaruhi penjualan dimanfaatkan secara maksimal (Saputra, W.B, 2014).

Efektivitas meningkatkan penjualan adalah kemampuan penjualan barang suatu unit yang diproduksi perusahaan untuk dijual dan barang yang dibeli untuk dijual kembali demi mencapai tujuan yang diinginkan (Ruslan, 2003: 109). Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa apabila tujuan yang direncanakan oleh perusahaan telah terlaksana dengan baik, maka kegiatan perusahaan dapat dikatakan efektif. Sebaliknya apabila tujuan tersebut tidak terlaksana dengan baik, maka dapat dikatakan bahwa kegiatan perusahaan tersebut tidak efektif. Salah satu cara untuk mewujudkan kegiatan penjualan yang efektif adalah dengan pengendalian internal. Semakin baik pengendalian internal perusahaan maka efektivitas penjualan semakin meningkat dan sebaliknya.

Pengendalian adalah proses mengarahkan sekumpulan variabel untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya. Pengendalian merupakan konsep yang luas yang berlaku untuk manusia, benda, situasi, dan

organisasi. Dalam organisasi, pengendalian meliputi berbagai proses perencanaan dan pengendalian. Bagian yang penting dari proses ini perencanaan dan pengendalian. Bagian yang penting dari proses ini berbentuk pengendalian manajemen: tindakan-tindakan yang dilakukan manajemen untuk mengarahkan orang, mesin, dan fungsi-fungsi guna mencapai tujuan dan sasaran organisasi.

Pengendalian internal (Internal Control) adalah suatu proses yang dijalankan oleh dewan komisaris, manajemen, dan personel entitas lainnya yang didesain untuk memberikan keyakinan memadai tentang pencapaian tiga golongan tujuan berikut ini : (1) keandalan pelaporan keuangan, (2) efektivitas dan efisiensi operasi, dan kepatuhan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku (Tunggal, 2011:85). Pengendalian internal merupakan proses yang aktif dilakukan terus-menerus. Pengendalian internal dapat ditemukan di perusahaan yang berukuran besar sampai perusahaan kecil. Tujuan dari pengendalian internal antara lain: efektivitas dan efisiensi operasi, keandalan dari laporan keuangan, serta kepatuhan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku (Moeller, 2014: 30).

PT. Limas Raga Inti merupakan perusahaan dagang dan dealer produk pertamina untuk pelumas dan elpiji. Selain memasarkan Gas LPG (*Liquid Petroleum Gas*) dan minyak pelumas produk pertamina, perusahaan ini memasarkan produk lain seperti kompor LPG dan perlengkapannya, water heater LPG, rice cooker LPG, serta jasa reparasi kompor dan pemasangan instalasi gas merupakan produk-produk yang dipasarkan. Perusahaan mempunyai komitmen untuk memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Kebutuhan gas elpiji saat ini sangat besar bagi penduduk Indonesia, ini disebabkan oleh diberhentikannya subsidi sehingga mengakibatkan harga minyak tanah. Otomatis

semua orang berpindah. Dengan demikian bisnis penjualan gas elpiji menjadi peluang bisnis yang bagus.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik melakukan penelitian untuk memenuhi syarat menempuh ujian sidang sarjana pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha dengan judul: **“Peranan Pengendalian Internal dalam Menunjang Efektivitas Penjualan di PT. Limas Raga Inti (Studi Kasus Cabang Bandung).”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian tersebut sebagai berikut:

1. Apakah pelaksanaan pengendalian internal PT. Limas Raga Inti sudah memadai?
2. Apakah penjualan telah dilaksanakan dengan efektif?
3. Apakah peranan pengendalian internal dalam menunjang efektifitas penjualan perusahaan mempunyai peranan yang kuat?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah pelaksana pengendalian internal yang dilakukan perusahaan susah memadai atau tidak.
2. Untuk mengetahui efektivitas penjualan pada PT. Limas Raga Inti.
3. Untuk mengetahui seberapa kuat peranan pengendalian internal dalam menunjang efektifitas penjualan PT. Limas Raga Inti.

1.4 Manfaat Penelitian

1. **Bagi Perusahaan**, manajemen perusahaan, memberikan masukan pada manajemen yang dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam hal pengendalian internal perusahaan.
2. **Bagi Pembaca**, penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu bahan pustaka, referensi untuk mengetahui informasi yang berkaitan dengan efektivitas penjualan perusahaan.
3. **Bagi Peneliti**, penerapan ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian sejenis atau sebagai pengembangan penelitian lebih lanjut.

