

## ABSTRAK

Suatu perusahaan tumbuh dan berkembang seiring dengan semakin meningkatnya aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan. Pertumbuhan dan perkembangan suatu perusahaan menurut kemampuan dan kecakapan para pengelola dalam menjalankan perusahaannya agar dapat mencapai tujuan secara efisien dan efektif.

Dengan semakin berkembangnya suatu perusahaan, manajemen akan mengalami kesulitan untuk memantau seluruh aktivitas operasi perusahaan yang menjadi tanggung jawabnya. Manajemen memerlukan suatu alat untuk mengevaluasi kegiatannya dan memberikan arah pemecahan bila ditemukan adanya kelemahan. Alat ini juga harus dapat memberikan rekomendasi untuk dilakukannya tindakan korektif.

Adapun alat bantu yang digunakan untuk tujuan tersebut adalah audit operasional. Dengan dilakukannya audit operasional, maka perusahaan diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas bagian yang diauditnya. Dari masalah diatas penulis mencoba untuk melakukan penelitian pada PT "X" yang bergerak pada bidang farmasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan audit operasional atas kegiatan penjualan yang telah dilaksanakan perusahaan, dan untuk mengetahui bagaimana peranan audit operasional dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas penjualan.

Penelitian yang dilakukan penulis menggunakan metode penelitian deskriptif analitis. Untuk memperoleh data primer penulis melakukan penelitian lapangan yaitu berupa penelitian langsung pada PT"X", dan data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan atas literature yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, penulis dapat menyimpulkan bahwa audit operasional atas penjualan yang dilaksanakan PT"X" sudah memadai dan berperan dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas penjualan. Audit operasional dilakukan oleh auditor internal yang didukung dengan kualifikasinya yang memadai serta telah dilaksanakannya tahap-tahap audit operasional yang terdiri dari tahap pendahuluan, tahap audit mendalam, dan tahap pelaporan. Dari audit operasional dan analisis statistic yang dilakukan penulis, didapatkan 70,87% yang berarti audit operasional cukup berperan dalam meningkatkan penjualan yang efisien dan efektif.

## DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan Penelitian	4
1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	4
1.6 Metodologi Penelitian	6
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Konsep Tentang Peranan	8
2.2 Auditing	8
2.2.1 Pengertian Auditing	8
2.2.2 Jenis-jenis Auditing	9

2.3	Audit Operasional	11
2.3.1	Pengertian Audit Operasional	11
2.3.2	Manfaat audit Operasional	13
2.3.3	Jenis-jenis Pemeriksaan Operasional	13
2.3.4	Ruang Lingkup dan Pelaksanaan Audit Operasional	14
2.3.5	Tujuan audit Operasional	16
2.3.6	Kriteria Audit Operasional	17
2.3.7	Keterbatasan audit Operasional	19
2.3.8	Tahap-tahap Audit Operasional	20
2.3.9	Pelaporan Audit Operasional	26
2.3.10	Pengertian Efisiensi dan Efektivitas	28
2.4	Penjualan	29
2.4.1	Pengertian Penjualan	29
2.4.2	Tujuan Penjualan	30
2.4.3	Kebijakan Penjualan	32
2.4.4	Manajemen Penjualan	32
2.4.5	Aktivitas Penjualan	33
2.4.6	Klasifikasi Penjualan	36
2.5	Hubungan Audit Operasional Dalam Meningkatkan Efisiensi dan Efektivitas Penjualan	37
BAB III.	OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1	Objek Penelitian	41

3.2	Sejarah Singkat Perkembangan Perusahaan	41
3.3	Struktur Organisasi	42
3.4	Uraian Tugas	42
3.5	Metode Penelitian	49
3.5.1	Operasionalisasi Variabel	50
3.5.2	Tehnik Pengumpulan Data	50
3.5.3	Rancangan Analisis Pengujian Hipotesis	52
BAB IV.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1	Prosedur Penjualan pada PT “X”	54
4.2	Kualifikasi Auditor Operasional	55
4.2.1	Independensi Auditor Operasional	55
4.2.2	Kompetensi Auditor Operasional	55
4.2.3	Program Audit Operasional	56
4.2.4	Prosedur Pelaksanaan Audit Operasiona	57
4.2.4.1	Tahap Audit Pendahuluan	57
4.2.4.2	Tahap Audit Mendalam	60
4.2.4.3	Laporan Audit Operasional	62
4.2.5	Tindak Lanjut dan Hasil Audit	65
4.3	Efisiensi dan Efektivitas Penjualan	66
4.3.1	Analisis Data Penjualan	66
4.3.2	Analisis Biaya Penjualan	69
4.3.3	Analisis Laba Kotor	71
4.4	Pengujian Hipotesis	73

4.4.1	Analisis Deskriptif Kualitatif	73
4.4.2	Analisis Statistik	75
BAB V.	KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1	Kesimpulan	77
5.2	Saran	79
	DAFTAR PUSTAKA	80
	LAMPIRAN	81

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 : Target Penjualan dan Realisasinya PT"X" Divisi Obat Hewan 2004	67
Tabel 4.2 : Target Penjualan dan Realisasinya PT"X" Divisi Obat Hewan 2005	68
Tabel 4.3 : Data Biaya Penjualan PT"X" Divisi Obat Hewan 2004	69
Tabel 4.4 : Data Biaya Penjualan PT"X" Divisi Obat Hewan 2005	70
Tabel 4.5 : Data Laba Kotor PT"X" Divisi Obat Hewan 2004	71
Tabel 4.6 : Data Laba Kotor PT"X" Divisi Obat Hewan 2005	72

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Struktur Organisasi PT”X”	81
Lampiran 2 : Kuesioner	82
Hasil Jawaban Responden Variabel Independen	96
Hasil Jawaban Responden Variabel Dependen	99
Lampiran 3 : Marketing Order	101
Lampiran 4 : Daftar Harga Obat	102