

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan dunia otomotif beberapa dekade belakangan ini tumbuh pesat mengikuti kemajuan teknologi, hal ini dilihat dengan semakin banyaknya kendaraan beroda empat dengan beragam merek, jenis, maupun model. Perusahaan mobil saat ini sedang giat melakukan terobosan-terobosan dengan inovasi terbaru yang berbeda dari sebelumnya. Rata-rata setiap pabrik melakukan penyempurnaan terhadap produk mereka sebelumnya. Belakangan ini banyak perusahaan mobil yang lintas benua untuk menciptakan sesuatu yang unik, umumnya pabrik dari Eropa bergabung dengan Asia dalam upaya memperluas pasar menghasilkan konsep baru. Produk yang dihasilkan saat ini mengincar pasar yang lebih ekonomis. Pasar *city car* sangat digemari konsumen sehingga setiap pabrik berusaha membuat produk *city car*.

Perusahaan yang mampu bertahan dalam era persaingan saat ini adalah perusahaan yang mampu menghasilkan produk bermutu tinggi, adanya fasilitas-fasilitas baru, dan kenyamanan agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Perusahaan hendaknya memperhatikan perkembangan pasar secara terus menerus untuk mendapatkan informasi mengenai kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan diharapkan pula mampu melihat dengan jeli kemungkinan adanya kesempatan-kesempatan dalam pasar, dikaitkan dengan kekuatan yang dimiliki. Kepuasan konsumen atas produk yang dihasilkan akan menimbulkan citra positif

terhadap produk perusahaan, sehingga secara tidak langsung akan menumbuhkan kepercayaan konsumen bahwa produk yang dihasilkan memiliki nilai lebih sebagai pemenuh kebutuhan. Perusahaan harus bekerja seoptimal mungkin agar mampu meningkatkan omzet penjualan, yang pada akhirnya akan meningkatkan laba perusahaan sehingga kelangsungan hidup perusahaan dapat dipertahankan.

Salah satu aktivitas yang langsung mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan adalah aktivitas penjualan. Aktivitas penjualan merupakan tulang punggung dalam perusahaan karena hasil dari penjualan menentukan besarnya laba atau rugi perusahaan. Laba maksimal dicapai dengan memaksimalkan aktivitas penjualan. Dalam hal ini, pengawasan sangat diperlukan dan hal ini bisa ditunjang apabila pengendalian internnya berjalan dengan efektif dan efisien.

PT. Astra International Tbk. Toyota AUTO 2000 merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan, perawatan, dan perbaikan kendaraan merk Toyota. Persaingan penjualan kendaraan sangat ketat, setiap kelas produk memiliki persaingan pasar tersendiri. Setiap perusahaan mencoba menguasai suatu kelas produk tertentu guna menanamkan rasa kepuasan kepada konsumen, dan diharapkan konsumen membeli produk kelas lain dari perusahaan tersebut. Strategi ini diterapkan oleh PT. Astra International Tbk. Toyota AUTO 2000 dalam memperluas pasar dan terbukti efektif dengan hasil yang maksimal.

Penyimpangan mengakibatkan ketidakefektifan dan ketidakefisienan dalam pengelolaan aktivitas penjualan. Upaya untuk mendeteksi, mencegah, dan meminimalkan ketidakefektifan dan ketidakefisienan yang mungkin terjadi, diperlukan adanya sistem pengendalian intern penjualan yang memadai, agar hasil

penjualan dapat dipertanggungjawabkan dan digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk menyusun skripsi dengan judul “Peranan Pengendalian Intern Penjualan dalam Menunjang Efektivitas Penjualan” (Studi kasus pada PT. Astra International Tbk. Toyota AUTO 2000 Cabang Pasteur Bandung).

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pada uraian diatas, maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan pengendalian intern penjualan yang dilakukan oleh PT. Astra International Tbk. Toyota AUTO 2000 Cabang Pasteur?
2. Apakah aktivitas penjualan pada PT. Astra International Tbk. Toyota AUTO 2000 telah dilakukan secara efektif Cabang Pasteur ?
3. Bagaimana peranan pengendalian intern penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan pada PT. Astra International Tbk. Toyota AUTO 2000 Cabang Pasteur?

## **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui penerapan pengendalian intern penjualan yang dilakukan oleh PT. Astra International Tbk. Toyota AUTO 2000 Cabang Pasteur .

2. Untuk mengevaluasi aktivitas penjualan yang dilakukan pada PT. Astra International Tbk. Toyota AUTO 2000 Cabang Pasteur.
3. Untuk mengetahui peranan pengendalian intern penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan pada PT. Astra International Tbk. Toyota AUTO 2000 Cabang Pasteur.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan dan sumbangan pemikiran dalam rangka menunjang usaha perusahaan untuk melaksanakan penjualan.

2. Bagi Penulis

Penelitian dapat menjadi pengalaman yang berharga dengan bertambahnya wawasan dengan menerapkan ilmu yang diterima di masa perkuliahan pada dunia usaha sesungguhnya. Penelitian ini juga dilakukan sebagai syarat untuk menempuh ujian sarjana strata 1 (S1) di Fakultas Ekonomi Akuntansi Universitas Kristen Maranatha.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan untuk penelitian selanjutnya, menambah wawasan dan pengetahuan, khususnya mengenai peranan pengendalian intern terhadap efektivitas penjualan.

## 1.5 Kerangka Pemikiran

Semakin banyaknya perusahaan sejenis, persaingan yang terjadi di pasar semakin meningkat. Setiap perusahaan berusaha menarik konsumen sebanyak mungkin dan mendorong konsumen untuk membeli produk yang dihasilkan. Perusahaan tidak hanya tinggal diam menunggu konsumen untuk datang membeli produknya, melainkan perlu menerapkan sistem pengendalian yang membantu perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya.

Pengertian pengendalian menurut Mulyadi dan Setyawan (2001) adalah:

“Pengendalian adalah usaha untuk mencapai tujuan tertentu melalui perilaku yang diharapkan.”

Pengertian pengendalian intern menurut Standar Profesi Akuntan Publik (2001) adalah:

“Pengendalian intern adalah suatu proses yang dijalankan oleh dewan komisaris manajer dan personel lain, yang didesain untuk memberikan keyakinan memadai tentang pencapaian tiga golongan tujuan berikut ini: (a) keandalan pelaporan keuangan, (b) efektivitas dan efisiensi operasi, dan (c) kepatuhan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku.”

Mulyadi (2001) mengatakan tujuan sistem pengendalian intern adalah menjamin kekayaan organisasi, mengecek ketelitian dan keandalan data akuntansi, mendorong efisiensi dan mendorong dipatuhinya kebijakan manajemen.

Pengendalian intern yang memadai akan mengurangi terjadinya kesalahan, baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja dalam operasi perusahaan sehari-harinya, sehingga jika terjadi penyimpangan dapat dideteksi dan ditindaklanjuti sedini mungkin.

Pengertian penjualan menurut Horngren, Harrison, Robinson dan Secokusumo (1997) adalah:

“Penjualan adalah jumlah yang didapat penjual dari hasil penjualan barang dagang yang dimilikinya sebelum dikurangkan dengan beban-beban.”

Pengendalian penjualan sangat penting untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan dan untuk menentukan apakah perusahaan mempunyai laba yang cukup untuk operasi masa sekarang dan masa yang akan datang. Oleh karena itu, perlu adanya pengelolaan yang baik pada penjualan, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

Pengertian efektivitas menurut Anthony dan Govindarajan (2003) adalah sebagai berikut:

*“Effectiveness is the relationship between a responsibility centre’s outputs and it’s objective.”*

Reider dalam bukunya *Operational Review* (2002) menjelaskan mengenai efektivitas sebagai berikut:

“Efektivitas berkaitan dengan hasil operasi. Apakah suatu perusahaan telah mencapai hasil yang diharapkan, sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.”

Efektivitas menitikberatkan pada tingkat keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Penilaian efektif didasarkan atas sejauh mana tujuan perusahaan dapat tercapai. Dengan demikian, penjualan dikatakan efektif apabila penjualan suatu perusahaan telah mencapai hasil yang diharapkan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Ginanto (1997), dan Dewi (2002), menyatakan bahwa pelaksanaan pengendalian intern penjualan merupakan faktor yang penting untuk menunjang efektivitas penjualan.

Berdasarkan uraian diatas, penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut: pengendalian intern penjualan berperan penting dalam menunjang efektivitas penjualan pada PT. Astra International Tbk. Toyota AUTO 2000 Cabang Pasteur.

## **1.6 Metodologi Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis, yaitu suatu metode yang memberikan gambaran secara sistematis dan akurat mengenai fakta, sifat, dan hubungan antar fenomena yang diteliti, kemudian membandingkan hasilnya dengan teori yang ada.

Data laporan penjualan yang akan dibahas adalah data laporan penjualan tahun 2006.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

### **1. Studi Lapangan (*Field Research*)**

Dilakukan dengan mendatangi langsung ke perusahaan untuk memperoleh data primer mengenai masalah yang diteliti melalui:

- a) Wawancara. Wawancara adalah tanya jawab secara langsung yang dilakukan antara penulis dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penjualan, misalnya *sales supervisor* PT. Astra International Tbk. Toyota AUTO 2000 Cabang Pasteur.

- b) Kuesioner. Kuesioner yang penulis sajikan adalah daftar pertanyaan-pertanyaan tertulis yang harus dijawab oleh responden. Penulis mengambil responden sebanyak 13 orang yaitu: seorang *branch manager*, seorang *sales supervisor*, seorang *administration head*, seorang staf administrasi penjualan, 7 orang *salesman*, dan 2 orang *counter sales*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menghitung persentase yang menunjukkan berapa besar peranan pengendalian intern penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan. Untuk menghitung persentase digunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\frac{\text{Jumlah jawaban "ya"}}{\text{Jumlah jawaban kuesioner}} \times 100\%$$

## 2. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Dilakukan untuk mendapatkan data sekunder. Penelitian ini dilakukan dengan cara mempelajari buku-buku referensi, catatan kuliah ataupun literatur-literatur, dengan tujuan untuk mendapatkan landasan ilmu serta pengetahuan yang ada hubungannya dengan penulisan skripsi.

### 1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian di PT. Astra International Tbk. Toyota AUTO 2000 yang terletak di Jalan Dr. Djundjuna No. 192 Bandung 40163. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan mulai Bulan Maret 2006.