

**BAB 1****PENDAHULUAN****1.1 Latar Belakang Masalah**

Setiap orang tentu ingin hidup sehat. Berbagai usaha dilakukan agar kesehatan tetap terjaga. Salah satunya adalah dengan mengonsumsi makanan dan minuman yang dianggap membawa manfaat bagi kesehatan. Apalagi, menjaga kesehatan tubuh jauh lebih murah daripada mengobati di kala sakit.

Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan, industri *healthy food* pun tumbuh subur dengan nilai pasar yang diperkirakan mencapai triliunan rupiah. Berikut ini adalah kutipan dari Soelaeman (2007) mengenai prospek industri *healthy food*:

*“Dalam pandangan Dr. Ir. Ririen Prihandarini, M. S., Sekjen Masyarakat Pertanian Organik Indonesia, bisnis healthy food naik cukup tajam. Ia memberikan gambaran data produksi setahun (Maret 2006-Maret 2007) dari salah satu produsen makanan kesehatan saja kenaikannya mencapai 30 persen... ..Menurut CEO Brandmaker, Simon Jonatan, tren healthy food mulai tampak sekitar lima tahun belakangan.....Di mata Anne Marie Harjati, Manajer Produk Grup dari Grup Kalbe, maraknya informasi dan edukasi mengenai keutamaan kesehatan melalui berbagai media membuat masyarakat terpacu meningkatkan kualitas hidup dengan mengonsumsi makanan sehat. ....Tidak pelak, banyak pemain yang berlomba-lomba merangsek pasar healthy food”*

Survei yang dilakukan oleh AC. Nielsen (2007) juga menunjukkan fenomena yang sama mengenai pertumbuhan industri *healthy food*:

**TABEL 1.1**  
**PERTUMBUHAN SEJUMLAH PRODUK KESEHATAN**

<b>Cakupan Pasar</b>	<b>Kategori</b>	<b>Pertumbuhan tahun 2005-2006 (%)</b>
Indonesia Urban Grocery	Susu bubuk untuk dewasa	26,5
	Susu bubuk untuk bayi di bawah satu tahun	14,7
	Susu fermentasi/yoghurt	25,9
	Teh hijau celup	42,2
Indonesia Key Account	Teh hijau siap minum dalam kemasan	281,7*
	Jus buah cair siap minum	16,8

**Sumber : AC Nielsen dalam Majalah SWA No. 16/XXIII/26 Juli – 8 Agustus 2007**

Indonesia Urban Grocery : pasar modern dan toko tradisional di perkotaan

Indonesia Key Account : pemain besar hipermarket, supermarket, dan minimarket di Indonesia

\*adalah pertumbuhan total penjualan teh kemas siap minum 79,7 %

Data dan fakta yang dipaparkan tersebut memperlihatkan besarnya peluang di dalam industri *healthy food*, termasuk teh hijau. Artikel tersebut mengatakan bahwa sedikitnya ada tujuh perusahaan besar yang menguasai sektor teh hijau siap minum dalam kemasan:

**TABEL 1.2**  
**PERUSAHAAN-PERUSAHAAN YANG MEMPRODUKSI TEH HIJAU SIAP MINUM DALAM KEMASAN**

<b>Merek</b>	<b>Nama Perusahaan</b>
Green T	PT. Sosrojoyo
Artea	PT. San Miguel Indonesia Food and Beverages
Frestea Green	PT. Coca Cola Bottling Indonesia
Green Tea Pokka	Tidak ada data
Nu Green Tea	PT. ABC President
Nutri Tea	PT. Nutrifood
Yeo's	PT YHS Indonesia

**Sumber : Majalah SWA No. 16/XXIII/26 Juli – 8 Agustus 2007**

CV. Ciwangi, sebagai salah satu pabrik teh di Jawa Barat, ingin memanfaatkan peluang besar yang tersedia di industri *healthy food* tersebut. Berawal dari usaha kecil-kecilan di tahun 1909, CV. Ciwangi mampu mempertahankan eksistensinya selama hampir seabad ini.

Untuk memperoleh informasi mengenai seberapa besar peluang CV. Ciwangi untuk memasuki industri *healthy food*, maka peneliti melakukan wawancara awal dengan pemiliknya, yaitu Bapak Syamsul Bahri.

Menurut Bapak Syamsul Bahri, peluang untuk memasuki industri *healthy food* sangat kecil karena masih banyak aspek-aspek dari CV. Ciwangi yang perlu diperbaiki. Salah satunya adalah aspek sistem informasi akuntansi.

CV. Ciwangi adalah sebuah perusahaan yang awalnya adalah *home industry*. Orang-orang yang terlibat di dalamnya masih memiliki hubungan keluarga antara satu dengan yang lainnya.

CV. Ciwangi tidak memiliki bagan organisasi yang jelas. Maka tugas, wewenang, serta tanggung jawab dari orang-orang yang terlibat didalamnya menjadi tidak jelas. Selain itu, terdapat pula orang-orang yang memiliki jabatan rangkap. Fungsi pengendalian internal samasekali tidak berjalan.

Akibatnya, timbul banyak masalah-masalah internal. Terutama masalah-masalah yang terkait dengan penjualan. Menurut Bapak Syamsul Bahri, masalah-masalah tersebut antara lain :

1. Banyak pelanggan mengeluh karena barang yang dikirim tidak sesuai dengan pesanan

2. Jumlah piutang tak tertagih yang semakin besar dari tahun ke tahun
3. Penurunan omset yang semakin besar dari tahun ke tahun
4. Seringnya terjadi ketidaksesuaian antara catatan penjualan dengan hasil stok opname
5. Laporan-laporan yang terkait dengan penjualan seringkali terlambat disajikan

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, maka peneliti akan menganalisis masalah-masalah tersebut sebelum merancang suatu sistem informasi penjualan yang baru untuk mengatasinya. Proses ini dilakukan dalam sebuah penelitian yang berjudul **“Analisis Pengendalian Internal dalam Sistem Informasi Akuntansi Penjualan CV. Ciwangi”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Pertanyaan yang akan dijawab melalui penelitian ini adalah sebagai berikut: “Apakah Sistem Informasi Akuntansi Penjualan CV. Ciwangi sudah memadai untuk pengendalian internal?”. Sistem yang akan dikembangkan dalam penelitian ini adalah sistem informasi akuntansi penjualan yang menunjang pengendalian internal perusahaan

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis masalah-masalah yang timbul pada sistem informasi akuntansi penjualan yang lama, sebelum merancang sistem baru yang dapat meminimalisir munculnya masalah-masalah tersebut

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Memberi solusi kepada CV. Ciwangi atas permasalahan yang dihadapi
2. Sebagai masukan bagi pihak-pihak lain yang mengalami permasalahan serupa.

### **1.5 Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian sistem informasi ini meliputi:

1. Melakukan penelitian terhadap prosedur-prosedur, dokumen-dokumen, dan laporan-laporan yang berhubungan dengan penjualan
2. Menganalisis operasi, perencanaan, dan pengendalian yang berhubungan dengan penjualan
3. Merancang suatu sistem informasi yang dapat mendukung semua operasi, perencanaan, dan pengendalian penjualan

### **1.6 Sasaran Yang Ingin Dicapai Melalui Penelitian Sistem**

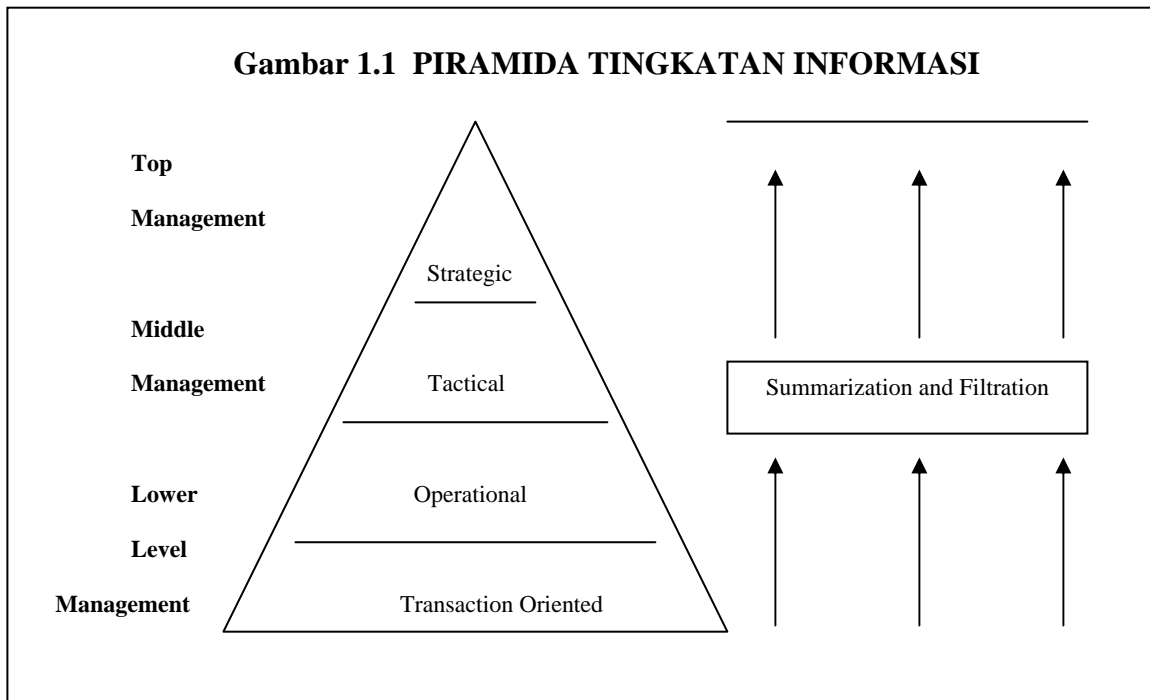
Penelitian ini memiliki sasaran sebagai berikut:

1. Mengurangi berbagai ketidakefisienan yang selama ini terjadi di dalam sistem informasi akuntansi penjualan CV. Ciwangi.
2. Melayani pelanggan dengan lebih baik
3. Menyediakan berbagai laporan terkait tepat pada waktunya serta sesuai dengan Prinsip Akuntansi Indonesia

### **1.7 Rerangka Teoritis**

Jogiyanto (2001) mendefinisikan sistem sebagai kumpulan dari elemen-elemen yang berinteraksi untuk mencapai tujuan tertentu. Pendekatan sistem yang menekankan pada komponen akan lebih mudah didalam mempelajari suatu sistem untuk tujuan analisis dan perancangan suatu sistem

.Bodnar dan Hopwood (2001) mendefinisikan sistem informasi akuntansi sebagai sekumpulan sumber daya yang dirancang untuk mengolah data-data keuangan data data lainnya menjadi informasi. Berikut ini adalah piramida tingkatan informasi dalam suatu organisasi :



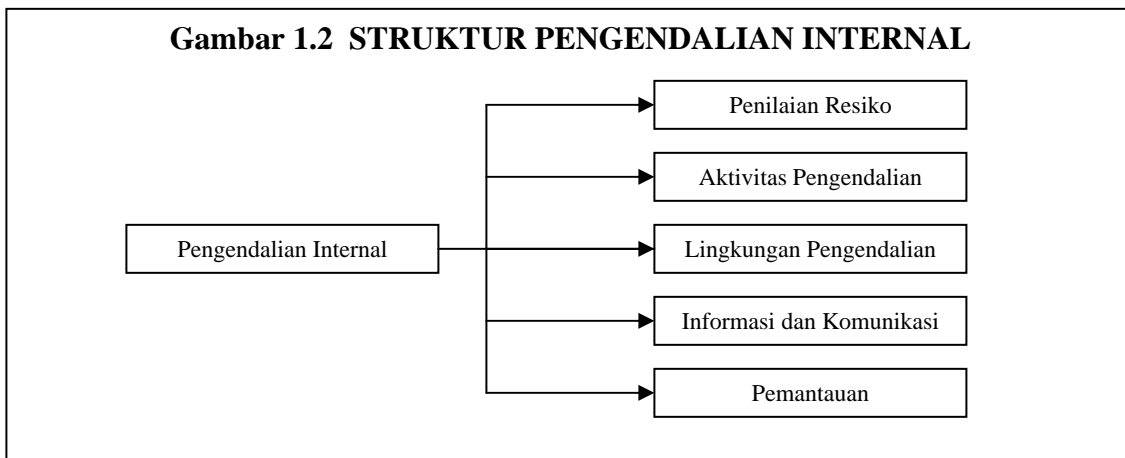
**Sumber: George H. Bodnar, William S. Hopwood, 2001, *Accounting Information System* (New Jersey: Prentice-Hall, Inc) , hlm. 2**

Bodnar dan Hopwood (2001) mendefinisikan pengendalian internal sebagai suatu proses – yang dipengaruhi oleh dewan direksi, manajemen, dan personil lainnya – yang dirancang untuk menyakinkan pencapaian tujuan-tujuan di kategori-kategori berikut ini :

1. Reliabilitas dari pelaporan keuangan
2. Kegiatan operasional yang efisien dan efektif
3. Kepatuhan terhadap hukum dan aturan-aturan lain yang berlaku

Pengendalian internal didasarkan pada dua premis, yaitu tanggung jawab, serta keyakinan yang logis akan suatu hal (*reasonable assurance*). Manajemen dan dewan direksi bertanggung jawab merancang dan memonitor proses pengendalian internal. Sedangkan keyakinan yang logis akan suatu hal berkaitan dengan biaya dari pengadaan pengendalian internal tersebut bila dibandingkan dengan keuntungan yang didapat darinya. Biaya yang dikeluarkan tidak boleh melebihi manfaat yang diterima.

Berikut ini adalah struktur pengendalian internal :



**Sumber: George H. Bodnar, William S. Hopwood, 2001, *Accounting Information System* (New Jersey: Prentice-Hall, Inc) , hlm. 184**



### **1.8 Metode Penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif, karena mencari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan investigatif terhadap karakteristik dari populasi subjek, kemudian mengambil tindakan korektif.

Studi yang dilakukan adalah studi satu tahap, karena data dikumpulkan pada satu tahap waktu tertentu. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer berupa data hasil wawancara, dan pengamatan. Data sekunder terdiri dari data sekunder internal dan eksternal. Data sekunder internal berupa data-data internal perusahaan, seperti faktur dan laporan keuangan. Data sekunder eksternal berupa literatur-literatur yang menunjang.

Unit analisis dari penelitian ini adalah perusahaan, karena hanya difokuskan pada sistem informasi akuntansi penjualan satu perusahaan saja.

### **1.9 Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini berlangsung selama empat bulan, terhitung mulai Agustus 2007 sampai dengan Desember 2007. Tempat penelitian adalah CV. Ciwangi, Jalan Raya Purwakarta No. 458, Cikalong Wetan, Kabupaten Bandung.