

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia yang sudah memasuki era reformasi telah banyak mengalami perubahan dari zaman kemerdekaan hingga sekarang. Dengan keanekaragaman suku, bahasa, agama, ras dan budaya yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia membuat kita semakin bangga sebagai bangsa yang merdeka. Indonesia pada saat ini sudah memasuki era globalisasi. Globalisasi merupakan suatu kata yang sudah tidak asing kita dengar. Globalisasi memang suatu realita yang harus kita hadapi. Pengaruh dari gerakan globalisasi ini sangat besar, dan tak terkecuali bangsa Indonesia. Dimana gerakan globalisasi ini mempengaruhi semua sektor dan segi kehidupan mulai dari segi politik, ekonomi, sosial, dan juga budaya.

Sebagai akibat dari globalisasi ini, bangsa Indonesia harus mempersiapkan diri untuk dapat menghadapi era perdagangan bebas dalam menjawab tantangan-tantangan dari pihak eksternal. Dampak nyata dari adanya pergerakan globalisasi ekonomi adalah adanya kebutuhan yang dirasakan oleh industri-industri di Indonesia baik industri yang bergerak di bidang pengadaan barang maupun pengadaan jasa untuk dapat bersaing dalam industrinya. Semua produk dan jasa dari suatu negara akan bebas masuk ke negara lain tanpa adanya hambatan baik dari segi tarif maupun non tarif. Persaingan yang ketat akan terjadi antara produk dan jasa yang dihasilkan di dalam negeri dengan produk dan jasa yang datang dari

luar negeri. Hal ini terjadi pada hampir semua negara di dunia termasuk Indonesia.

Tantangan dan persaingan bisnis yang semakin ketat mengakibatkan perusahaan sebagai salah satu unit ekonomi perlu memiliki perencanaan dan pengendalian secara terpadu dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, sehingga perusahaan mampu untuk tumbuh dan bertahan dalam pasar domestik maupun global.

Salah satu industri di Indonesia yang penting adalah di bidang komunikasi. Komunikasi ini digunakan untuk kepentingan bisnis maupun pribadi. Tentunya perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang ini mempunyai prospek yang baik untuk masa yang akan datang.

Akhir-akhir ini banyak perusahaan yang muncul dan bergerak dalam bidang komunikasi, sehingga perusahaan-perusahaan yang tadinya memonopoli akhirnya memiliki saingan. Contoh yang paling konkrit adalah PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Telkom) yang disaingi oleh Indosat. Telkom merupakan perseroan penyelenggara jasa infokom (informasi dan komunikasi) terbesar di Indonesia. Untuk mewujudkan visi menjadi perusahaan infokom terbesar di kawasan regional, Telkom tengah melakukan proses transformasi menjadi organisasi yang berorientasi pada pelanggan dan mampu bersaing di pasar, dan Telkom akan mengerahkan segenap potensi yang dimiliki termasuk bersinergi dengan perusahaan di lingkungan kelompok usaha Telkom untuk menjadi yang terbaik di setiap lini usahanya, yaitu telepon tetap kabel, telepon tetap nirkabel, telepon seluler, data dan internet, serta jaringan dan interkoneksi.

Salah satu cara untuk dapat mewujudkan hal tersebut, Telkom harus dapat melakukan pengendalian atas penjualan. Penjualan merupakan salah satu penopang hidup bagi perusahaan, maka perusahaan dituntut untuk dapat meningkatkan hasil penjualannya. Oleh sebab itu, penjualan dalam suatu perusahaan perlu mendapat perhatian khusus yaitu dengan dilakukannya pengendalian atas penjualan, antara lain melalui penerapan sistem dan prosedur akuntansi yang andal, yang memungkinkan pimpinan perusahaan secara terus menerus memantau dan mengetahui keadaan perusahaan serta memperoleh informasi yang benar pada saat yang tepat, yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menetapkan perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan.

Untuk mencapai peningkatan yang diharapkan, perusahaan harus memiliki manajemen yang baik yang dapat mengendalikan seluruh kegiatan dalam perusahaan termasuk penjualan. Peningkatan penjualan adalah penjualan yang dapat mencapai hasil pengembalian sebesar-besarnya atas investasi. Peningkatan penjualan sangat erat kaitannya dengan laba yang optimal. Untuk itulah penjualan sangat penting untuk diawasi melalui pengendalian penjualan yang memadai.

Meskipun banyak jenis masalah yang tercakup dalam fungsi pengelolaan penjualan, tetapi ada beberapa problema yang umum, antara lain: masalah produk, penetapan harga, saluran distribusi, metode penjualan, organisasi, serta masalah perencanaan dan pengendalian. Keenam jenis masalah tersebut dapat ditemukan pada setiap perusahaan, baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil.

Pemecahannya sebagian besar bergantung pada fakta- fakta yang tersedia dalam setiap organisasi.

Melihat kondisi di atas pimpinan perusahaan memerlukan suatu cara yang dapat membantu mencapai tujuan perusahaan, salah satu caranya yaitu dengan menerapkan perencanaan yang matang dan pengendalian yang ketat atas aktivitas penjualan. Sehingga dengan demikian peningkatan penjualan dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien, serta usaha pencapaian tujuan perusahaan dalam memperoleh laba dapat terwujud.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian guna menyusun skripsi pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha, dengan judul: “Peranan Pengendalian Penjualan dalam Menunjang Peningkatan Penjualan Perusahaan (Studi Kasus pada PT Telekomunikasi Indonesia,Tbk).”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, penulis mengidentifikasi masalah-masalah yang akan dibahas, yaitu :

- a. Bagaimana pelaksanaan pengendalian terhadap penjualan pada PT Telekomunikasi Indonesia,Tbk?
- b. Bagaimana peranan pengendalian penjualan dalam menunjang peningkatan penjualan pada PT Telekomunikasi Indonesia,Tbk ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Dengan diuraikan permasalahan di atas, maka maksud dan tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pelaksanaan pengendalian terhadap penjualan pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk.
- b. Untuk mengetahui peranan pengendalian penjualan dalam menunjang peningkatan penjualan pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung bagi pihak-pihak yang memerlukan dan bagi penulis sendiri.

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan memberikan informasi dan pemikiran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan demi kemajuan perusahaan.

2. Bagi Penulis

- a. Penulis mempunyai kesempatan untuk menambah pengalaman, memperoleh gambaran mengenai bisnis dalam dunia nyata dan menerapkan teori yang diperoleh selama berada di bangku kuliah dalam perusahaan yang menjadi objek penelitian, terutama mengenai penerapan pengendalian keuangan.
- b. Selain itu, penelitian ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan mengikuti ujian sidang sarjana lengkap dalam rangka untuk memperoleh

gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.

3. **Bagi Fakultas**, penelitian ini dapat menjadi tambahan sumber referensi bagi perpustakaan fakultas ekonomi khususnya mengenai pengendalian keuangan.
4. **Bagi Pihak Lain yang Berkepentingan**, penelitian ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengendalian keuangan dan semoga hasil penelitian yang terbatas ini dapat dimanfaatkan untuk menambah pengetahuan terapan dan dapat dijadikan masukan untuk bahan studi perbandingan.

1.5 Rerangka Pemikiran

Dalam situasi ekonomi di Indonesia saat ini, pertumbuhan pasar seluler semakin meningkat. Banyak pesaing-pesaing diantara operator-operator seluler yang mulai bermunculan. Oleh karena itu, diperlukan adanya suatu taktik atau strategi yang tepat agar perusahaan dapat bersaing, bahkan mampu maju dan berkembang. Salah satu langkah yang tepat adalah dengan pengelolaan keuangan yang efektif dan efisien yaitu dengan adanya aktivitas penjualan yang dikelola secara efektif dan efisien oleh para manajer perusahaan, untuk itu diperlukan sistem manajemen perusahaan yang baik, dan ditunjang dengan sumber daya manusia yang dapat bekerja secara produktif, efektif dan efisien.

Aktivitas penjualan perlu dikelola dengan baik karena penjualan merupakan sumber pendapatan bagi perusahaan. Selain itu penjualan juga merupakan sumber pembiayaan perusahaan. Penjualan yang tidak dikelola dengan

baik akan merugikan perusahaan karena penjualan yang ditargetkan tidak akan tercapai dan pendapatan perusahaan akan berkurang. Penjualan adalah salah satu aktivitas penting dalam perusahaan yang kegiatannya adalah memasarkan produk atau jasa yang dihasilkan dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Kohler (1984,415) mendefinisikan penjualan sebagai berikut :

"Sales is a business transaction involving the delivery of a commodity, an item of merchandise of property, a right or a service, in exchange for (the receipt of) cash, a promise to pay, or money equivalent, or for any combination of this item, its record and reported in terms of the amount of such cash, promise to pay, money equivalent."

Jadi penjualan menurut Kohler adalah transaksi usaha yang melibatkan suatu pengiriman barang atau jasa yang ditukarkan dengan uang tunai, janji untuk membayar, atau sejenisnya. Dengan kata lain, penjualan merupakan proses pertukaran dan pemindahan hak atas barang atau jasa antara penjual dan pembeli, baik secara tunai maupun kredit.

Kesepakatan dan perjanjian antara kedua belah pihak memegang peranan penting dalam terselenggaranya transaksi penjualan. Namun untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan sering mengalami berbagai kendala dan masalah serta penyimpangan yang dapat menyebabkan tidak tercapainya efektivitas penjualan. Untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan tersebut, salah satu usaha yang dilakukan adalah dengan melakukan pengendalian penjualan.

Menurut Supriyono pengendalian didefinisikan (2000:4) sebagai berikut:

“Pengendalian adalah meliputi metode, prosedur, dan cara-cara yang digunakan oleh manajemen untuk mempengaruhi para anggota organisasi agar melaksanakan strategi dan kebijakan secara efisien dan efektif dalam rangka pencapaian tujuan organisasi.”

Pengendalian dalam suatu organisasi meliputi berbagai proses perencanaan dan pengendalian, yang bagian terpentingnya berupa pengendalian manajemen. Pengendalian manajemen itu sendiri adalah suatu proses bagaimana para manajer mempengaruhi anggota organisasi atau para karyawan untuk bekerja secara efektif dan efisien sesuai dengan strategi yang telah ditentukan untuk mencapai tujuan. Melalui pengendalian manajemen, diharapkan tujuan atau target yang telah ditetapkan sebelumnya dapat tercapai, dan juga diharapkan dapat mengurangi terjadinya kecurangan-kecurangan serta penyelewengan-penyelewengan.

Prosedur penjualan yang ditunjang dengan pengendalian yang memadai akan menghasilkan informasi yang tepat dan cepat serta dapat diandalkan dan dikomunikasikan dengan baik sampai ke tingkat manajemen yang bersangkutan. Pengendalian atas penjualan dapat mendeteksi segala perubahan dan penyimpangan yang terjadi sehingga dapat segera diketahui, diperbaiki, bahkan dapat dihindari sehingga dapat mencegah terjadinya kerugian. Dengan demikian tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya dapat tercapai dan efektivitas penjualan dapat tercapai.

Menurut Wilson dan Campbell sebagaimana dialihbahasakan oleh Tjintjin Fenix Tjendera (1996,259), definisi pengendalian penjualan adalah meliputi:

"Pengendalian penjualan meliputi analisis, penelaahan, dan penelitian yang diharuskan terhadap kebijaksanaan, prosedur, metode, dan pelaksanaan yang sesungguhnya untuk mencapai volume penjualan yang dikehendaki, dengan biaya yang wajar, yang menghasilkan laba kotor yang diperlukan untuk mencapai hasil pengembalian yang diharapkan atas investasi (*Return on Investment = ROI*)."

Dari definisi pengendalian penjualan tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan pengendalian atas penjualan meliputi analisis dan penelaahan terhadap kebijaksanaan, prosedur, pelaksanaan kegiatan penjualan.

Menurut Wilson dan Campbell sebagaimana dialihbahasakan oleh Tjintjin Fenix Tjendera (1996,262), alasan pengendalian penjualan adalah:

"Agar dapat dicapai hasil pengembalian sebaik-baiknya atas investasi. Laba bersih yang optimum akan dapat direalisasikan hanya bila terdapat hubungan yang wajar di antara keempat faktor ini: (1) investasi dalam modal kerja dan fasilitas-fasilitas, (2) volume penjualan, (3) biaya operasi, dan (4) laba kotor."

Berhubungan dengan itu, pengendalian penjualan memerlukan laporan yang menganalisis kegiatan penjualan yang mengungkapkan perkembangan dan hubungan-hubungan atau penyimpangan-penyimpangan yang tidak dikehendaki dari tujuan, dari anggaran, atau dari tolok ukur atau standar, yang telah dihitung dengan cara yang tepat agar ada tindakan perbaikan.

Pemecahan terakhir bagi masalah manajemen penjualan sesungguhnya sebagian besar bergantung pada pimpinan utama di bidang penjualan. Namun demikian, setiap eksekutif atau pimpinan yang cakap selalu akan mencari setiap bantuan yang tersedia. Hal ini disadari, bahwa cara pemecahan pada sebuah perusahaan mungkin bukan merupakan cara pemecahan bagi yang lain. Harus disadari juga, bahwa jawaban-jawaban bagi masalah hari ini mungkin bukan merupakan jawaban bagi hari esok, karena industri bersifat dinamis.

Dengan kata lain, dalam perusahaan diperlukan suatu pengendalian yang berguna untuk pencapaian tujuan perusahaan, salah satunya adalah tujuan perusahaan dalam mencapai efektifitas penjualan, yaitu melalui pengendalian atas

penjualan, yang berguna untuk memastikan bahwa kegiatan penjualan perusahaan telah sesuai dengan kebijakan dan prosedur yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Berdasarkan rerangka pemikiran yang telah diuraikan di atas, terlihat bahwa jika pengendalian atas penjualan dilaksanakan secara tepat, maka akan bermanfaat sebagai alat pengendalian untuk meningkatkan penjualan perusahaan.

1.6 Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan metode deskriptif analitis. Metode deskriptif analitis merupakan metode yang bertujuan untuk memberikan gambaran keadaan perusahaan yang sebenarnya, dimana data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan dan kemudian dianalisis.

Dalam penelitian terdapat dua variabel yang diteliti. Variabel-variabel tersebut dibedakan menjadi variabel bebas (*independent variable*) dan variabel tidak bebas (*dependent variable*).

Berdasarkan judul skripsi yang dipilih yaitu “Peranan Pengendalian dalam Menunjang Pertumbuhan Perusahaan (Studi Kasus pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk), maka terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Peranan pengendalian penjualan sebagai variabel bebas.
- b. Upaya memaksimalkan peningkatan penjualan di perusahaan sebagai variabel terikat.

Bila pengendalian dapat dilakukan dengan cermat dan tepat maka diharapkan dapat mendukung peningkatan penjualan pada perusahaan.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis ialah:

- a. Studi lapangan (*field research*), yaitu suatu penelitian yang melihat langsung objek yang diteliti dengan melakukan:
 - Kuesioner (*quesioner*) dengan menyusun daftar pertanyaan yang disampaikan kepada pihak perusahaan yang terkait dengan penelitian.
 - Wawancara (*interview*) langsung dengan pejabat yang berwenang maupun karyawan perusahaan.
 - Observasi (*observation*) atas objek dan peristiwa yang terjadi.

Teknik ini bertujuan untuk mempelajari seluruh data primer mengenai operasi perusahaan yang dibutuhkan untuk melakukan penelitian dan menjawab masalah yang ada.

- b. Studi kepustakaan (*library research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data sekunder dengan cara mempelajari dan mendalami buku-buku referensi, artikel, catatan kuliah, dan referensi lainnya yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas dalam karya tulis ini. Hal ini dimaksudkan agar penulis memiliki landasan teori yang cukup kuat dalam melaksanakan penelitian dan menganalisis temuan.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian terhadap PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk dengan alamat Jl. Japati No.1 Bandung 40133. Penelitian ini dilakukan mulai bulan September 2006 sampai dengan Desember 2006.