

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Berbagai perkembangan internasional yang terjadi saat ini menunjukkan kenyataan bahwa maju tidaknya suatu Negara banyak ditentukan oleh maju tidaknya pertumbuhan ekonomi Negara tersebut.

Negara-negara di dunia secara umum mengalami krisis perekonomian sejak tahun 1997. Secara khusus, perkembangan dunia usaha di Indonesia pun mengalami krisis yang mengakibatkan iklim perekonomian menjadi tidak menentu. Terjadi ketergantungan yang tinggi antara Negara/wilayah yang lainnya. Globalisasi dalam bidang ekonomi ditandai dengan munculnya iklim kompetitif dalam dunia usaha yang tentunya memerlukan penyesuaian dan upaya-upaya untuk mengatasi masalah yang ditimbulkannya. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat bergerak secara dinamis dan proaktif dalam menyesuaikan diri dengan lingkungannya.

Di dalam era globalisasi ini, bangsa Indonesia melalui para pelaku bisnis pada khususnya, masih merasa optimis bahwa dunia usaha di Indonesia akan keluar dari krisis perekonomian dan berusaha untuk bangkit kembali. Perusahaan dalam hal ini dituntut untuk mampu mengelola sumber daya yang dimiliki dan jeli melihat adanya peluang-peluang baru, sehingga dapat menghasilkan produk-produk baik barang maupun jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen. Oleh karena itu, manajemen perusahaan

harus dapat mengelola kegiatan usahanya secara efektif dan efisien agar perusahaan dapat mempertahankan eksistensinya. Selain itu, perusahaan juga harus meningkatkan produktivitas dan efisiensi produksi yang ditunjang oleh kegiatan penjualan dan pemasaran yang efektif. Pengelolaan aktivitas penjualan menjadi sangat penting karena mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan perusahaan.

Pengelolaan yang efektif terhadap penjualan sangat diperlukan melalui pengendalian intern yang memadai, sehingga diharapkan dapat menghasilkan informasi yang dibutuhkan dalam pengambilan keputusan. Pengendalian intern yang memadai harus dimiliki oleh perusahaan, karena tanpa adanya pengendalian intern yang memadai, perusahaan akan mengalami kesulitan dalam menjalankan tugasnya.

Pembentukan dan pengelolaan suatu pengendalian intern merupakan tanggung jawab dari manajer, mengawasi pengendalian intern yang ada, untuk mengetahui apakah pengendalian intern tersebut telah berjalan sebagaimana mestinya. Adapun dalam perusahaan yang menjadi aktivitas utama yang penting salah satunya adalah aktivitas penjualan, karena merupakan sumber utama pendapatan perusahaan. Sehingga transaksi-transaksi yang mempengaruhi perkiraan penjualan harus dapat dikendalikan dengan baik.

Sejalan dengan permasalahan yang dihadapi perusahaan, pimpinan harus mulai merasa perlu untuk mendelegasikan wewenang dan tanggung jawab ini kepada pihak lain di dalam perusahaan, yakni pihak auditor internal. Dengan demikian pengendalian intern yang ada harus terus menerus diawasi

oleh auditor internal untuk menjamin berjalannya pengendalian intern sebagaimana yang telah ditetapkan oleh pimpinan perusahaan. Selain itu, auditor internal wajib memberikan laporan hasil dari pengawasan ini kepada manajer dalam menunjang keefektifan operasional perusahaan, khususnya operasional penjualan.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “PERANAN AUDIT INTERNAL PENJUALAN DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PENGENDALIAN INTERNAL PERUSAHAAN” (Studi kasus pada PT.FESTO).

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini, penulis membatasi diri pada pembahasan mengenai:

1. Apakah pelaksanaan audit internal penjualan perusahaan telah cukup memadai?
2. Bagaimana efektivitas pelaksanaan pengendalian intern penjualan pada perusahaan tersebut?
3. Sampai sejauh mana peranan audit intern dalam menunjang pengendalian intern penjualan pada perusahaan?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, maka penulis ingin memperoleh gambaran yang lebih jelas untuk:

1. Mengetahui memadai atau tidaknya pelaksanaan audit intern penjualan pada perusahaan.
2. Mengetahui efektivitas pelaksanaan pengendalian internal penjualan pada perusahaan.
3. Mengetahui peranan pengendalian internal penjualan dalam meningkatkan efektivitas penjualan pada perusahaan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Melalui penelitian ini, penulis mengharapkan agar hasilnya dapat bermanfaat bagi banyak pihak, yaitu:

1. Perusahaan yang diteliti, dimana simpulan dan saran-saran yang diajukan oleh penulis bermanfaat bagi perusahaan dalam meningkatkan efektivitas kegiatan penjualan.
2. Para pembaca skripsi ini, penulis berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan praktis atas penerapan pemeriksaan operasional, khususnya atas prosedur penjualan.
3. Penulis sendiri untuk menambah pengetahuan dan wawasan berpikir tentang pemeriksaan operasional.
4. Pemenuhan salah satu syarat akademis dalam menempuh ujian sarjana lengkap pada jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.

1.5 Kerangka Pemikiran

Makin besarnya perkembangan dunia saat ini, menuntut perusahaan untuk tetap bertahan dan sedapat mungkin berusaha mengembangkan usahanya.

Semakin besarnya perusahaan akan makin disadari bahwa ruang lingkup pimpinan dalam mengawasi dan mengendalikan menjadi semakin terbatas. Hal ini menyebabkan pimpinan tidak dapat lagi mengikuti setiap aktivitas usaha secara mendalam, karena itu diperlukan pemeriksaan yang akan membantu pimpinan dalam mengawasi dan mengendalikan kegiatan dalam perusahaan. Sehingga pimpinan perusahaan memberikan wewenang dan tanggung jawabnya kepada pihak auditor internal yang dapat mengukur dan mengevaluasi keefektifan dari setiap pengendalian yang ada di perusahaan.

Dalam penulisan skripsi ini penulis memilih audit penjualan karena kegiatan penjualan merupakan kegiatan yang sangat penting dalam perusahaan, sehingga diperlukan pengendalian internal yang cukup memadai. Dalam hal ini, auditor internal melakukan audit apakah pengendalian tersebut telah dilaksanakan seperti yang telah diharapkan dan melaporkan kepada manajemen mengenai hasil auditnya tersebut. Serta memberikan saran-saran perbaikan yang diperlukan jika terdapat kelemahan atau kekurangan pada sistem penjualan sehingga manajemen dapat segera mengambil tindakan perbaikan yang diperlukan agar pengendalian intern dapat terlaksana dengan baik.

Audit internal diharapkan dapat menghadapi masalah-masalah yang timbul dan bertindak lebih hati-hati dalam menjalankan usaha yang dibebankan kepadanya, sehingga dapat menghasilkan hasil kerja yang memuaskan dan menguntungkan bagi perusahaan. Karena dalam kegiatan penjualan perusahaan mengharapkan laba yang optimal. Dengan laba optimal perusahaan dapat melangsungkan aktivitasnya dalam jangka waktu yang panjang.

Transaksi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan akan mengubah posisi harta perusahaan tersebut, sehingga diperlukan pengelolaan kegiatan penjualan perusahaan yang baik. Tanpa pengelolaan penjualan yang baik maka sasaran penjualan tidak akan tercapai dan mempengaruhi pendapatan-pendapatan yang seharusnya diterima oleh perusahaan serta dapat menghabiskan sumber daya perusahaan yang dapat mengancam kelangsungan hidup perusahaan.

Berdasarkan uraian sebelumnya, penulis menggunakan hipotesis sebagai berikut “AUDIT INTERNAL PENJUALAN YANG MEMADAI AKAN MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PENGENDALIAN INTERNAL PERUSAHAAN.”

1.6 Metoda Penelitian

Pengujian hipotesis secara statistik dilakukan dengan menghitung persentase frekuensi jawaban yang menunjukkan hubungan peranan audit internal penjualan dalam meningkatkan efektivitas pengendalian internal

perusahaan. Dari data yang diperoleh dilakukan analisis untuk pengujian hipotesis. Metode statistik yang digunakan adalah korelasi *Spearman*.

Korelasi *Spearman* mampu menguji apakah data sampel yang ada menyediakan bukti cukup bahwa ada keterkaitan antara variabel-variabel dalam populasi asal sampel. Dan jika didapati adanya hubungan, seberapa kuat hubungan antar variabel tersebut. Koefisien korelasi r dihitung dengan nilai aktual dari x dan y , sedangkan koefisien rank *Spearman* adalah nilai peringkat x dan y .

Rumus korelasi *Spearman* adalah sebagai berikut:

$$r_s = 1 - \frac{6\sum di^2}{n(n^2 - 1)}$$

r_s = Koefisien korelasi *Spearman*

n = Jumlah koresponden

$\alpha = 0,05$

di = Selisih ranking data x dan y

Tingkat signifikan $\alpha = 0,05$ merupakan tingkat data yang umum dilakukan dalam melakukan penelitian di bidang sosial.

Tingkat signifikan r_s kemudian di uji kebenarannya dengan menggunakan rumus:

$$t = r_s \sqrt{\frac{n - 2}{1 - r_s^2}}$$

Hasil uji ini dibandingkan dengan harga kritis t dari t table dimana jika t uji $>$ t tabel maka r_s memiliki arti terima. Untuk melihat tingkat pengaruh variabel independen terhadap dependen digunakan koefisien determinasi (KD).

$$KD = (r_s^2 * 100\%)$$

Kriteria pengambilan keputusan:

1. Tolak H_0 pada taraf jika nilai r_s merupakan hasil perhitungan adalah lebih besar atau sama dengan r_s tabel.

Tolak H_0 jika r_s hitung $\geq r_s$ tabel

2. Terima H_0 jika nilai r_s merupakan perhitungan lebih kecil daripada nilai dalam r_s tabel.

Dimana:

H_0 = Audit internal tidak memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan keefektifan pengendalian internal penjualan.

H_1 = Audit internal memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan keefektifan pengendalian internal penjualan.

Hipotesis akan di uji dengan menggunakan statistik korelasi *Spearman*.

Penarikan simpulan dilakukan berdasarkan hipotesis dengan menghitung hasil kuesioner dan didukung oleh teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti sehingga digunakan untuk menilai peranan audit penjualan dalam meningkatkan efektivitas pengendalian internal perusahaan.

1.7 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. FESTO, yang bergerak di bidang industri, yaitu menjadi distributor utama bagi pneumatik, yang berkedudukan di kota Bandung.