

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi seperti sekarang ini, kegiatan usaha dan perdagangan terjadi tidak hanya dalam cakupan antar pulau atau antar kota, melainkan dapat terjadi jauh menembus kawasan nasional, dengan kata lain perdagangan dan kegiatan usaha dapat terjadi dengan mudah antara negara-negara di dunia. Kondisi ini tentu saja akan mendatangkan persaingan yang cukup berat bagi dunia usaha di Indonesia, yang pada akhirnya akan mengharuskan mereka untuk dapat beroperasi dengan lebih baik guna tetap dapat mempertahankan eksistensinya di dunia usaha (Halim, 2001).

Dampak dari era globalisasi ini dirasakan juga oleh PT SA, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan kain interior. Persaingan usaha yang cukup berat, mengharuskan PT SA untuk menjalankan kegiatan usahanya dengan lebih baik. Karena jika tidak demikian, lambat laun PT SA tidak akan mampu lagi untuk mempertahankan eksistensinya di dunia usaha.

Salah satu kunci penting agar suatu perusahaan dapat terus mempertahankan eksistensinya dalam dunia usaha ialah kemampuan perusahaan tersebut dalam menghasilkan, mempertahankan dan meningkatkan laba perusahaan. Salah satu elemen pokok yang perlu diperhatikan dalam upaya menghasilkan dan meningkatkan laba perusahaan adalah pengelolaan

aktivitas penjualan. Penjualan perlu dikelola dengan baik agar laba yang dihasilkan dapat terus meningkat sesuai dengan peningkatan sumber daya yang digunakan dan dalam jangka panjang diharapkan dapat mencapai tingkat laba yang maksimum (Widjayanto, 1985 : 228).

Bagian penjualan merupakan unit dari suatu organisasi / perusahaan yang bertanggung jawab dalam melakukan kegiatan penjualan. Kinerja bagian ini harus selalu dievaluasi secara berkesinambungan untuk mengantisipasi sejak awal masalah yang mungkin terjadi serta memperbaiki kelemahan-kelemahan yang ada dalam bagian penjualan. Selain pengelolaan faktor-faktor internal perusahaan yang baik, untuk dapat berhasil dalam mengelola aktivitas penjualan pihak manajemen juga harus memperhatikan faktor-faktor eksternal dari pasar seperti adanya kesempatan (*opportunities*) dan ancaman dari luar lingkungan perusahaan (*threats*) yang dapat dijadikan sebagai informasi dalam menentukan keputusan manajemen (Kotler, 2000 : 19).

Dari aktivitas penjualan yang dikelola dengan baik, dapat dihasilkan laba yang oleh perusahaan dapat digunakan untuk membiayai kegiatan operasional sehari-hari atau dapat juga digunakan untuk mengembangkan usahanya (ekspansi). Karena aktivitas penjualan merupakan aktivitas yang paling penting bagi perusahaan maka aktivitas penjualan perlu dikelola secara efektif dan efisien, baik dalam hal perencanaan maupun pelaksanaannya agar perusahaan dapat mencapai laba yang ditargetkan. Hal inilah yang mengharuskan pihak manajemen untuk melakukan pengevaluasian atas efisiensi dan efektivitas kinerja bagian penjualan (Kotler, 2000 : 18).

Pemeriksaan operasional merupakan salah satu alat bantu yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kinerja bagian penjualan. Hasil akhir dari pemeriksaan operasional ini berupa informasi-informasi dan rekomendasi yang diharapkan dapat membantu pihak manajemen perusahaan dalam menilai kinerja bagian penjualan sehingga pihak manajemen perusahaan dapat membuat keputusan yang tepat dalam mendorong terciptanya peningkatan kinerja bagian penjualan (Reider, 1999 : 17-20).

Berdasarkan pada hal-hal yang telah dikemukakan di atas, penulis tertarik untuk mencoba melakukan penelitian dalam bidang pemeriksaan operasional untuk membantu manajemen dalam menganalisa dan meningkatkan efisiensi dan efektivitas atas fungsi penjualan pada PT SA. Untuk penelitian ini, penulis mencoba menuangkannya ke dalam skripsi ini dengan judul :

“Peranan Pemeriksaan Operasional Atas Bagian Penjualan Pada PT SA Dalam Mengevaluasi Kinerja Bagian Penjualan”

1.2 Identifikasi Masalah

Dengan mengacu pada latar belakang penelitian di atas, maka masalah yang ingin diketahui adalah apakah kinerja dari bagian penjualan sudah efektif dan semakin efisien. Yang dimaksud dengan efektif adalah perusahaan dapat mencapai penjualan lebih tinggi atau sama dengan target penjualan yang telah ditetapkan perusahaan. Sedangkan yang dimaksud dengan efisiensi berkaitan dengan besarnya sumber daya yang digunakan (*input*) untuk mencapai hasil

(*output*) yang diinginkan. Berkaitan dengan hal tersebut di atas maka identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengelolaan penjualan di PT SA?
2. Bagaimanakah kinerja bagian penjualan di PT SA?
3. Apakah hasil dari pemeriksaan operasional dapat membantu pihak manajemen perusahaan dalam mengevaluasi kinerja bagian penjualan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam penyusunan skripsi ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimanakah pengelolaan penjualan di PT SA.
2. Untuk mengetahui bagaimanakah kinerja bagian penjualan di PT SA.
3. Untuk mengetahui apakah hasil dari pemeriksaan operasional dapat membantu pihak manajemen perusahaan dalam mengevaluasi kinerja bagian penjualan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu sumbangan pemikiran yang bermanfaat, seperti:

1. Dapat memperluas wawasan manajemen akan peran pemeriksaan operasional sebagai alat pengendalian untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas fungsi penjualan perusahaan.
2. Manajemen memperoleh *input* berupa saran- saran perbaikan yang dapat dijadikan pertimbangan dalam mengadakan perbaikan dan perubahan yang diperlukan atas fungsi penjualan.

1.5 Kerangka Pemikiran

Di era globalisasi tingkat persaingan dalam dunia usaha semakin ketat, setiap perusahaan yang terlibat dalam dunia usaha dituntut untuk dapat bersaing dan mempertahankan eksistensinya. Kemampuan suatu perusahaan untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain sangat ditentukan oleh bagaimana cara perusahaan tersebut mengelola dan memanfaatkan setiap sumber daya yang ada sehingga akan dihasilkan kinerja (*performance*) yang baik.

Kinerja adalah tingkat keberhasilan atas hasil akhir dari suatu kegiatan. Ukuran yang dapat dipakai untuk mengevaluasi kinerja tergantung pada unit usaha / perusahaan yang akan dievaluasi serta tujuan yang akan dicapai (Hunger and Wheelen, 2002 : 243). Karena bagian penjualan merupakan unit utama dalam suatu organisasi atau perusahaan yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan kegiatan penjualan, maka pihak manajemen perlu melakukan perencanaan, pelaksanaan serta pengendalian terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh bagian tersebut dengan baik.

Untuk dapat melakukan ketiga hal tersebut dengan baik, maka pihak manajemen perlu melakukan evaluasi secara berkala terhadap kinerja bagian tersebut (Kotler, 2000 : 18).

Kinerja dari bagian penjualan dapat kita evaluasi dengan melihat tingkat efektivitas dan efesiensinya. Kinerja bagian penjualan dapat dikatakan efektif jika target penjualan yang telah ditetapkan dalam *budget* dapat dicapai, sedangkan kinerja dikatakan semakin efisien jika target dapat dicapai dengan adanya penghematan terhadap pengeluaran untuk mencapai sasaran / target tersebut (Simons *et al*, 2000 : 110).

Hal lain yang juga perlu diperhatikan dalam mengevaluasi kinerja bagian penjualan adalah bagaimana aktivitas penjualan tersebut dikelola, dan apakah fasilitas fisik yang ada sudah memadai dalam mendukung kelancaran aktivitas penjualan. Pengelolaan penjualan mencakup prosedur-prosedur penjualan, kebijakan-kebijakan penjualan serta pengendalian internal yang berhubungan dengan aktivitas penjualan. Sedangkan fasilitas fisik meliputi gudang, gedung kantor, armada pengangkutan, dan lain-lain. Penilaian atas kedua faktor di atas menjadi penting dalam menilai kinerja bagian penjualan, karena kedua faktor tersebut sangat mempengaruhi kegiatan operasional bagian penjualan (Anthony and Vijay, 2003 : 149).

Pemeriksaan operasional merupakan penelaahan keseluruhan dari unit-unit kegiatan, sistem dan pengawasan dalam suatu perusahaan untuk mencapai tujuan keekonomisan (*economic*), efisiensi dan keefektifan atau tujuan-tujuan lainnya (Hartadi, 1999 : 191).

Pemeriksaan operasional ditujukan untuk memeriksa tingkat efisiensi dan efektivitas kegiatan dalam suatu organisasi dan menilai apakah cara-cara pengelolaan yang sudah diterapkan dalam kegiatan tersebut sudah mendukung terciptanya peningkatan efisiensi dan efektivitas. Hasil dari pemeriksaan operasional atas bagian penjualan ini, diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak manajemen dalam mengevaluasi kinerja bagian penjualan dan pada akhirnya dapat membantu pihak manajemen dalam mengatasi permasalahan yang ada serta menciptakan peningkatan dalam hal kinerja bagian penjualan (Reider, 1999 : 13-14).

Kohler (1978 : 415) memberikan definisi mengenai penjualan sebagai berikut:

"Sale is a business transaction involving the delivery (i.e, the giving) of a commodity, an item of merchandise or 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 these items."

Pemeriksaan penjualan menurut Still *et al.* (1983 : 640) adalah:

"A sales audit is a systematic, critical and unbiased review and appraisal of the basic objective and policies of the selling function and of the organization, methods, procedures, and personnel employed to implement those policies and achieve those objectives."

Menurut Arens *et al.* (2003 : 13) pengertian dari audit operasional adalah:

"An operational audit is a review of any part of an organization's operating procedures and methods for the purpose of evaluating efficiency and effectiveness"

Pemeriksaan operasional atas bagian penjualan adalah proses penilaian yang sistematis dan menyeluruh terhadap seluruh kegiatan operasional perusahaan untuk memberikan penilaian terhadap cara kerja bagian penjualan (Widjayanto, 1985 : 228).

Oleh karena itu, penulis beranggapan bahwa dengan dilakukannya pemeriksaan operasional dapat memeriksa apakah terdapat kelemahan dan dapat memberi rekomendasi mengenai kemungkinan-kemungkinan peningkatan (*improvement*) yang diharapkan dapat menjadikan bagian penjualan berjalan dengan efektif. Selain itu, untuk mengetahui dan meningkatkan kekuatan yang dimiliki serta memperbaiki kelemahan yang ada dalam perusahaan, khususnya pada bagian penjualan perusahaan sehingga diharapkan akan meningkatkan keberhasilan kegiatan perusahaan secara keseluruhan.

1.6 Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian penulis menggunakan metode deskriptif analisis yaitu mengumpulkan data untuk kemudian diolah, dianalisis dan diproses lebih lanjut dengan dasar-dasar teori yang ada sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai objek penelitian. Data ini diperoleh melalui teknik pengumpulan data sebagai berikut (Nazir, 1999 : 63-64):

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari PT. SA yang bersangkutan dengan maksud untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dengan cara:
 - a. Observasi, yaitu dilakukan dengan cara mengamati secara langsung objek yang diteliti.
 - b. Wawancara, yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan pejabat yang berwenang atau bagian lain yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dengan alat bantu kuesioner.
2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dengan cara membaca dan mempelajari bahan-bahan dari buku-buku literatur, catatan kuliah serta sumber-sumber lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti agar memperoleh pemahaman yang mendalam serta menunjang proses pembahasan mengenai masalah-masalah yang diidentifikasi.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian pada PT. SA, yang berlokasi di Jl. Industri, Cimahi, Jawa Barat, Indonesia. Waktu yang dipergunakan untuk penelitian mulai September 2007 sampai selesai.