BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh dan pembahasan yang telah dikemukakan, penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan audit internal terhadap penjualan pada PT. Mitra Prima Sagita Lestari telah memadai, hal ini ditunjang oleh faktor-faktor sebagai berikut:
   a. Para auditor internal telah melaksanakan pekerjaan dan tanggungjawabnya secara independen dan objektif yang didukung oleh kedudukannya yang terpisah dari fungsi operasional perusahaan.
   b. Para auditor internal memiliki kemampuan atas profesinya yang memadai dan berusaha untuk meningkatkan keahliannya melalui pelatihan-pelatihan yang diadakan di luar perusahaan dan pendidikan lanjutan yang diadakan oleh PT. Mitra Prima Sagita Lestari.
   c. Lingkup pekerjaan bagian audit internal mengacu pada standar profesional audit internal.
   d. Program audit internal disesuaikan dengan kebutuhan pemeriksaan yang dibuat oleh Ketua Tim audit internal dengan mengikuti pedoman yang sudah ada sebelum pelaksanaan pemeriksaan akan dimulai.
   e. Pada saat melaksanakan pemeriksaan atas penjualan, tim audit internal melakukan semua fungsi audit internal yang mencakup *compliance, verification,* dan *evaluation.*

f. Laporan pemeriksaan penjualan yang diterbitkan oleh tim audit internal selalu tepat waktu dan memuat/ mengemukakan temuan-temuan dan kesimpulan pemeriksaan secara objektif, ringkas, dan jelas serta mencakup pengidentifikasian kelemahan dan masalah serta merekomendasikan perbaikan.

g. Setelah laporan dibuat, dilakukan tindak lanjut oleh direksi terkait dan manajer penjualan atas saran-saran auditor internal. Bagian audit internal selanjutnya menerima perkembangan perbaikan mengenai tindak lanjut yang dilakukan oleh manajer penjualan secara periodik.

h. Pelaksanaan audit internal mendapat dukungan penuh dari pihak manajemen dan pimpinan audit internal yang telah mengelola bagian audit internal secara tepat.

2. Auditor internal tidak berperan dalam menunjang efektivitas pengendalian penjualan, dapat dilihat dari:

   1. Meskipun proses pengendalian efektif tetapi tidak didukung oleh pencapaian yang dianggarkan.
   2. Dari analisis pencapaian penjualan per unit menunjukkan pada tahun 2010, pencapaian penjualan per unit mencapai 46,85%. Hal ini menunjukkan bahwa penjualan per unit tahun 2010 tidak tercapai. Tetapi, penjualan per unit tahun 2011 terdapat peningkatan yang signifikan yaitu mencapai 107,94%. Hal ini menunjukkan bahwa penjualan per unit tahun 2011 tercapai.

3. Kelemahan dari keseluruhan indikator adalah:
   a. Pada variabel pelaksanaan internal audit terdapat kelemahan pada indikator closing conference dengan skor paling rendah diantara semua indikator mencapai 86,67%.
   b. Pada variabel efektivitas pengendalian internal penjualan terdapat kelemahan pada indikator partisipasi dewan komisaris dan komite audit dengan skor paling rendah diantara semua indikator mencapai 60%.
   c. Pada data penjualan per unit pada tahun 2010 terdapat kelemahan pada penjualan produk Massiv Air Accu dan pada tahun 2011 terdapat kelemahan pada penjualan NGK Busi 4W.

5.2 Saran

Setelah menguraikan pembahasan dan mengemukakan kesimpulan terhadap PT. Mitra Prima Sagita Lestari, peneliti mencoba untuk memberikan saran-saran yang dapat digunakan atau menjadi bahan pertimbangan bagi PT. Mitra Prima Sagita Lestari dalam meningkatkan pelaksanaan kegiatan audit internal dan meningkatkan efektivitas pengendalian internal penjualan, yaitu:

1. Auditor internal sebaiknya mengadakan closing conference unruk membicarakan hasil temuan auditnya supaya hasil temuan audit nya dapat dikomunikasikan secara langsung dari auditor kepada pihak yang diaudit.
2. Untuk meningkatkan pengendalian internal atas penjualan, diharapkan manajer penjualan lebih memperhatikan partisipasi dewan komisaris dengan

komite audit secara menyeluruh supaya dewan komisaris dan komite audit dapat ikut serta dalam menunjang efektivitas pengendalian internal penjualan.

3. Untuk meningkatkan penjualan per unit, maka manajer penjualan diharuskan untuk mengkomunikasikan serta memberi motivasi kepada sales counter supaya dapat menjual produknya lebih banyak.