

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada awal tahun 2010, Indonesia bersama lima negara ASEAN (Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand, dan Brunei Darussalam) serta China terjalin dalam suatu kerja sama khusus dalam bidang ekonomi yang dituangkan dalam suatu perjanjian perdagangan bebas yang diberi nama perjanjian ASEAN - *China Free Trade Agreement* (ACFTA) (<http://edratna.wordpress.com/2010/04/30/strategi-bank-dalam-menghadapi-acfta-mengembangkan-pembiayaan-ukm-dengan-memperkuat-manajemen-risiko/>). Hal ini menyebabkan masing-masing negara berusaha untuk memajukan negaranya dalam berbagai bidang khususnya dalam bidang perekonomian sehingga berdampak pada perusahaan-perusahaan yang sedang beroperasi.

Dengan kondisi persaingan yang semakin tinggi antar perusahaan, setiap perusahaan saling berpacu untuk memperluas pasar. Harapan dari adanya perluasan pasar secara langsung adalah meningkatnya penjualan sehingga perusahaan akan memiliki lebih banyak konsumen. Namun, ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan selaku produsen, semakin banyaknya konsumen maka akan semakin sulit perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dari setiap konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan. Perusahaan yang mampu bersaing adalah perusahaan

yang dapat menyediakan produk atau jasa yang berkualitas ([www.wirausaha-online.com/2011/02.](http://www.wirausaha-online.com/2011/02/))

Perusahaan dituntut untuk mengoptimalkan sumber daya yang ada untuk menciptakan produk maupun jasa yang dapat dijual dengan harga dan kualitas yang dapat bersaing dengan perusahaan lain dalam industri yang sama. Selain itu, perusahaan juga dituntut untuk meningkatkan efektivitas dalam berbagai aktivitas perusahaan melalui perancangan dan penerapan strategi oleh manajemen sehingga laba perusahaan dapat ditingkatkan. Karena, perolehan laba menjadi alasan utama mengapa suatu perusahaan berdiri. Laba juga menentukan kelangsungan hidup perusahaan agar berbagai aktivitas dapat dijalankan di dalam suatu perusahaan. (M.fuad dkk, 2005:22). Perolehan laba pada suatu perusahaan didasarkan pada pendapatan yang didapatkan melalui aktivitas penjualan dikurangi dengan biaya-biaya operasional yang dikeluarkan. Karena merupakan aktivitas yang penting bagi perusahaan maka perusahaan harus menjalankan aktivitas penjualan yang baik. Aktivitas penjualan yang baik adalah dimana perusahaan dapat merespon dengan cepat apa yang diinginkan oleh konsumen, apalagi jikalau yang dijualnya adalah jasa. Di jaman dengan teknologi maju, konsumen cenderung menginginkan segala sesuatu yang serba cepat dan praktis. Pengendalian penjualan memberikan umpan balik mengenai informasi mengenai kondisi penjualan, sehingga manajemen dapat menilai kegiatan penjualan dan menetapkan tindakan apa yang perlu dilakukan agar kegiatan penjualan berjalan seperti yang diharapkan. Informasi mengenai kondisi penjualan tersebut diperoleh melalui pemeriksaan yang dilakukan terus menerus. Pemeriksaan yang dilakukan untuk tujuan itu disebut audit operasional.

Menurut Nugroho Widjayanto (1985:11) menyatakan bahwa audit operasional secara umum bertujuan untuk memeriksa apakah pelaksanaan suatu kegiatan telah sesuai dengan apa yang diharapkan (standar). Apabila dalam audit ditemukan hal – hal yang menyimpang dari standar, auditor melaporkan temuan - temuan tersebut kepada manajemen dan memberikan rekomendasi untuk tindakan perbaikan dan penyempurnaan. Manajemen yang berkepentingan langsung dengan pemeriksaan tersebut harus menerima setiap hasil pemeriksaan dan dengan segera melakukan tindakan perbaikan yang diperlukan sehingga aktivitas penjualan dapat berjalan secara efektif dan efisien.

Dalam mewujudkan aktivitas penjualan yang efektif dan efisien, dapat dilihat dari peranan audit operasional dalam menunjang sistem pengendalian intern penjualan dimana audit operasional dapat mengetahui efektivitas dan efisiensi akan suatu sistem pengendalian intern pada fungsi penjualan dari suatu perusahaan. Tujuan dari audit operasional itu sendiri adalah untuk mengetahui apakah prestasi manajemen perusahaan telah sesuai dengan kebijakan, ketentuan dan peraturan yang ada di dalam perusahaan, serta untuk mengetahui apakah prestasi manajemen perusahaan telah lebih baik daripada masa sebelumnya, dan untuk menentukan apakah perusahaan tersebut efektivitas atau programnya telah dikelola secara ekonomis, efisien dan efektif (Nugroho Widjayanto, 1985:11).

Hubungan ini juga dapat dilihat dari pernyataan Abdul Halim (2004:198) mengenai beberapa konsep dasar dari Sistem Pengendalian Intern, yaitu :

”Sistem Pengendalian Intern diharapkan dapat mencapai tujuan audit, baik audit keuangan, audit operasional maupun audit kepatuhan serta Sistem Pengendalian Intern tidak dimaksudkan untuk memberikan jaminan yang mutlak dimana setiap Sistem Pengendalian Intern pasti mempunyai kelemahan”.

Peranan audit menurut Sukrisno Agoes (2004:175) adalah sebagai berikut :

”Pendekatan audit yang biasa dilakukan dalam suatu manajemen audit adalah menilai efisiensi, efektivitas dan keekonomisan dari masing-masing fungsi yang terdapat dalam perusahaan. Misalnya fungsi penjualan dan pemasaran, fungsi produksi, fungsi pergudangan dan distribusi, fungsi sumber daya manusia, fungsi akuntansi dan fungsi keuangan”.

Dengan demikian audit operasional dapat menunjang kelancaran dari suatu sistem pengendalian intern penjualan agar sistem tersebut dapat berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh suatu perusahaan dan perusahaan tersebut dapat menjalankan operasinya dengan efektif dan efisien.

Menurut Ratliff *et al.* (1988:91) menyatakan bahwa fungsi utama dari suatu pengendalian internal adalah untuk memantau dan memastikan suatu sistem pengendalian telah dijalankan secara baik dan efektif di dalam suatu organisasi. Selain itu, tujuan pengendalian intern diberlakukan di dalam suatu perusahaan adalah untuk memberikan informasi yang sesuai dengan fakta dan berintegritas (*reliability and integrity of information*) kepada manajemen dalam pengambilan suatu keputusan mengenai operasional perusahaan, menjamin kepatuhan manajemen perusahaan terhadap kebijakan, hukum dan peraturan (*compliance with policies, plans, procedures, laws and regulations*) baik peraturan perusahaan maupun peraturan pemerintah, melindungi harta perusahaan (*safeguarding asset*) dari kemungkinan kecurangan (*fraud*) yang dapat terjadi, menjamin penggunaan sumber daya perusahaan secara ekonomis dan efisien (*economy and efficiency of operations*) serta

mengusahakan pencapaian tujuan perusahaan baik dalam hal operasional maupun visi misi perusahaan (*Accomplishment of organizational objectives goals for operations and programs*). Namun, sistem pengendalian internal yang telah dirancang sedemikian rupa tidak menjamin bahwa aktivitas perusahaan secara keseluruhan telah berjalan dengan baik. Hal ini disebabkan karena adanya keterbatasan dalam struktur pengendalian seperti persengkongkolan antar karyawan pada aktivitas perusahaan dan manakala sistem pengendalian internal tidak diterapkan secara tegas dan menganggap pengendalian internal hanya merupakan formalitas dalam suatu prosedur di perusahaan.

Hal tersebut didasarkan pada fenomena yang pernah terjadi pada PT. Kimia Farma Tbk. Kimia Farma berbentuk perseroan terbatas sejak tahun 1971 dan baru terdaftar sebagai perusahaan terbuka atau perusahaan publik pada bulan Juli 2001 di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya (Wikipedia.org, 2012). Sebagai perusahaan terbuka tentu terdapat komite audit di dalam struktur organisasi perusahaan yang biasanya terdiri dari sekurang-kurangnya terdiri dari 3 (tiga) orang dengan komposisi 2 (dua) orang anggota Dewan Komisaris dan 1 (satu) orang tenaga ahli yang bukan merupakan pegawai perusahaan yang bersangkutan, dan memiliki keahlian, pengalaman dibidang audit dan kualitas lain yang diperlukan. (<http://www.ptkbi.com/profil/komite-perseroan/komite-audit.html>). Hal serupa juga diungkapkan oleh Muh. Arief Effendi (2012) yang menyatakan bahwa berdasarkan surat edaran BAPEPAM No.SE-03/PM/2000 merekomendasikan agar perusahaan-perusahaan publik memiliki komite audit. Namun demikian, pada akhir tahun 2001, kecurangan (*fraud*) tetap terjadi dalam bentuk perekayasaan laporan keuangan bahwa perusahaan meningkatkan laba melalui aktivitas penjualan.

Padahal sesuai fakta, aktivitas penjualan tidak ditingkatkan, melainkan penyajian yang salah mengenai penjualan yaitu pencatatan ganda ketika transaksi penjualan terjadi sehingga berakhir dengan adanya kerugian berupa denda serta sanksi yang diberikan kepada pihak perusahaan (Herwidayatmo, 2002:4).

Agar pengendalian internal dan audit operasional dapat berjalan dengan efektif diperlukan orang atau bagian yang independen untuk melaksanakan pemeriksaan atas berbagai aktivitas internal perusahaan. Bagian tersebut dinamakan dengan Auditor Internal. Gabungan dari kompetensi, independensi serta integritas yang tinggi menjadikan seorang auditor internal fokus terhadap pemeriksaan internal dalam berbagai aktivitas perusahaan seperti administrasi, operasi, penjualan, akuntansi dan keuangan (Ratliff *et al.*, 1988:7). Auditor internal memiliki kewajiban untuk melakukan pemeriksaan internal sehingga dapat memperoleh kelengkapan informasi dan menilai efektivitas sistem pengendalian internal dan operasional perusahaan untuk dijadikan rekomendasi kepada manajemen perusahaan sehingga dengan demikian, diharapkan dengan adanya auditor internal dalam meningkatkan efektivitas atas aktivitas perusahaan, kecurangan (*fraud*) tidak akan terjadi sehingga dapat merugikan perusahaan.

Audit operasional dan pengendalian internal juga dibutuhkan di perusahaan yang bergerak di bidang jasa salah satunya yaitu, perhotelan. Audit operasional yang dilakukan hotel untuk mencapai efektivitas penjualan adalah evaluasi, verifikasi dan penilaian yang dilakukan SPI serta memberi saran dan rekomendasi untuk hotel agar meningkatkan kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaannya yaitu, mencapai tingkat laba tertentu.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti audit operasional dengan ruang lingkup penelitian dibatasi pada kegiatan penjualan dan mencoba menuangkannya dalam skripsi berjudul “PENGARUH PENERAPAN AUDIT OPERASIONAL DAN PENGENDALIAN INTERNAL TERHADAP EFEKTIVITAS PENJUALAN (STUDI KASUS PADA HOTEL X).”

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah audit operasional pada perusahaan telah dilakukan secara memadai?
2. Apakah pengendalian internal pada perusahaan telah dilakukan secara memadai?
3. Apakah audit operasional dan pengendalian internal berpengaruh secara signifikan terhadap efektivitas penjualan ?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data perusahaan yang berhubungan dengan audit operasional dan pengendalian internal penjualan sehingga data tersebut akan diolah untuk mendapatkan informasi yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna. Selain itu, penulis juga ingin mengetahui sejauh mana penerapan audit operasional dan pengendalian internal dalam suatu perusahaan dalam menilai efektivitas aktivitas penjualan.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui apakah audit operasional yang diterapkan oleh perusahaan telah memadai.
2. Untuk mengetahui apakah pengendalian internal yang diterapkan oleh perusahaan telah memadai.
3. Untuk mengetahui apakah audit operasional dan pengendalian internal berpengaruh secara signifikan terhadap efektivitas penjualan perusahaan.

1.4. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat yang berguna, bagi berbagai pihak yaitu :

1. Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, tentang peranan auditor internal dalam menunjang efektivitas penjualan pada hotel.
2. Bagi masyarakat, rekan mahasiswa dan pembaca umumnya, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan peranan dan fungsi auditor internal dalam menunjang efektivitas penjualan pada hotel.
3. Bagi perusahaan diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi perbandingan antara teori dengan penerapan dan jika memungkinkan dapat membantu perusahaan dalam memberi masukan-masukan untuk perbaikan dan peningkatan efektivitas pengendalian penjualan.