BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam perusahaan manufaktur dan jasa, pendapatan diperoleh dari hasil penjualan produk yang dihasilkan. Setiap perusahaan atau organisasi mempunyai tujuan untuk dicapai. Tujuan dari perusahaan bisnis biasanya adalah untuk mencapai laba maksimum. Laba ini mempunyai pengaruh yang penting dalam perusahaan mengukur kemampuan dirinya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, karena suatu perusahaan didirikan untuk waktu yang tidak terbatas. Hal ini mendorong perusahaan-perusahaan di Indonesia untuk meningkatkan efektivitas penjualan agar dapat menghasilkan produk yang bermutu dengan harga yang bersaing (Fauzi, 2000).

Pimpinan perusahaan diharapkan mampu mengendalikan perusahaan dengan sebaik-baiknya sehingga perusahaan dapat beroperasi sesuai dengan rencana yang telah dibuat perusahaan. Salah satu strategi yang efektif adalah adanya penerapan pengendalian intern yang memadai dalam perusahaan. Dengan demikian segala kesalahan, kecurangan, dan tindakan-tindakan lain yang dapat merugikan perusahaan dapat ditekan serendah mungkin (La Madjan, 2001).

Pengendalian intern adalah profesi penilaian yang sifatnya independen, objektif yang berada dalam suatu perusahaan untuk memeriksa pembukuan, keuangan, dan operasi lainnya sebagai pemberi jasa kepada manajemen perusahaan. (Mulyadi dan Puradireja, 2002).

Semakin besar perusahaan tersebut masalah yang dihadapi perusahaan akan semakin kompleks. Peningkatan *volume* penjualan mengakibatkan perlunya pendelegasian atau pengaturan wewenang dari pimpinan kepada bawahan untuk menyakinkan bahwa semua prosedur pengendalian intern pada bagian penjualan dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya. Untuk itu sangat diperlukan suatu pengendalian intern penjualan (Mulyadi, 2002).

Aktivitas penjualan harus dapat direncanakan dan dilaksanakan secara efektif dan seefisien mungkin, agar laba dapat mencapai titik optimal serta perusahaan juga dapat menangani dan mengendalikan operasi penjualan dengan baik sejalan dengan semakin berkembangnya perusahaan dan persaingan dalam dunia usaha (Moekijat, 2000). Menurut Arens yang di terjemahkan oleh Amir Abadi Yusuf (2003), efektivitas penjualan dapat dicapai dengan pemisahan tugas yang memadai, otorisasi yang semestinya, dokumen dan catatan-catatan yang memadai, dokumen dengan nomor urut cetak, pengiriman rekening bulanan, dan melaksanakan prosedur verifikasi internal.

Menurut Mulyadi (2002) pengendalian internal diharapkan dapat berperan dan memberikan kontribusi sehingga terciptanya efektivitas penjualan, manajemen merancang struktur pengendalian intern yang efektif dengan empat tujuan pokok menjaga kekayaan dan catatan organisasi, memeriksa ketelitian dan keandalan data akuntansi, mendorong efisiensi, dan mendorong dipatuhinya kebijakan manajemen.

Pengendalian intern yang dilaksanakan tentu berperan dalam membantu manajemen dalam menilai efektivitas divisi penjualan, jika dirasa masih kurang baik pengendalian intern perusahaan tersebut, maka manajemen dapat mengevaluasi

kebijakan perusahaan, sistem pengendalian perusahaan dan kinerja karyawan yang terlibat (Fauzi, 2000).

Untuk mengetahui peranan pengendalian intern penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan, penulis memilih perusahaan manufaktur penghasil kertas di Bandung yang sudah berdiri sejak 1974 dan mulai berproduksi pada tahun 1976, sebagai objek penelitian dengan pertimbangan perusahaan tersebut merupakan perusahaan besar yang berdiri cukup lama dan cukup menguasai pasar dengan produk yang di ekspor ke beberapa Negara Asia dan kantor pusat perusahaan tersebut terletak di Jakarta.

Andi Wirawan S. dalam penelitian terdahulunya yang meneliti peranan pengendalian intern untuk menunjang tercapainya efisiensi dan efektivitas penjualan (2006) yang dilakukan pada PT. Bumi Megah Industri di Bandung dan hasil dari penelitian tersebut pengendalian internal pada perusahaan tersebut cukup memadai, pengendalian internal pada perusahaan telah berjalan sesuai dengan aturan atau kebijakan perusahaan prosedur penjualan dibuat dalam bentuk tertulis dan sistematis untuk menjamin kelancaran pelaksanaan kegiatan penjualan. Perbedaan dari penelitian yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya dan penelitian ini survey dilakukan pada PT. Papyrus Sakti Paper Mill (PT. PSPM) perusahaan manufaktur penghasil kertas dan karton, sedangkan penelitian sebelumnya di PT. Megah Jaya Industri, Bandung adalah perusahaan manufaktur penghasil komponen alat listrik.

Penulis tertarik melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul :
“Peranan Pengendalian Intern Penjualan Dalam Menunjang Efektivitas Penjualan Perusahaan pada PT. Papyrus Sakti Paper Mill Bandung”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian di atas penulis mengidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana prosedur pengendalian intern penjualan yang diterapkan perusahaan?
2. Berapa besar peranan pengendalian intern penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan perusahaan?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk memperoleh pengetahuan yang lebih luas dalam dalam bidang pengendalian intern, khususnya peranan pengendalian intern penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan perusahaan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan identifikasi di atas, maka tujuan dalam melakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui prosedur pengendalian intern aktivitas penjualan yang diterapkan oleh perusahaan.
2. Untuk mengetahui berapa besar peranan pengendalian intern penjualan dalam menunjang efektivitas penjualan perusahaan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi:

1. Akademisi

Khususnya bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian di masa yang akan datang untuk pengkajian topik-topik yang berkaitan dengan masalah pengendalian intern penjualan perusahaan.

2. Penulis

a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis mengenai prosedur pengendalian intern penjualan.

b. Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk membandingkan antara teori yang dipelajari dengan praktik yang sesungguhnya yang terjadi di perusahaan.

3. Perusahaan

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat menjadi masukan informasi bagi pihak manajemen dalam menunjang efektivitas penjualan perusahaan.