

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dunia yang kian membaik, menurut Zuraya (2014) berdasarkan hasil survei Bank Indonesia (BI) terhadap kegiatan dunia usaha mengindikasikan bahwa pertumbuhan ekonomi pada triwulan I-2014 akan kembali membaik. Dan industri manufaktur mendorong meningkatnya pertumbuhan ekonomi.

Menurut Basri (2013) industri manufaktur berperan besar dalam penciptaan nilai tambah, penyerapan tenaga kerja produktif dan pendorong pertumbuhan ekonomi. Di antara sembilan sektor produksi, industri manufaktur penyumbang terbesar (25%) dalam produk domestik bruto (PDB), selain itu juga menyerap 13% pekerja. Peningkatan produktivitas industri manufaktur akan berdampak besar pada perekonomian. Sebagai *traded sector*, efisiensi sektor industri manufaktur akan meningkatkan daya saing perekonomian di pasar dunia. Selain itu industri manufaktur juga dapat menarik minat para investor untuk berinvestasi. Seperti yang diakui oleh Azhar (2013), sektor manufaktur masih menjadi primadona investasi, dan banyak dilirik sampai sekarang ini, lebih dari 50 persen itu di industri manufakturing.

Industri manufaktur merupakan industri dengan tingkat persaingan yang tinggi, karena jumlahnya banyak dan terdapat berbagai jenis industri manufaktur. Hal ini menuntut perusahaan untuk mempunyai keunggulan bersaing (*competitive advantage*) dalam meningkatkan produktivitas usahanya. Menurut Porter (2008)

---

keunggulan bersaing merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama. Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif senantiasa memiliki kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pemasaran yang efektif dengan meningkatkan efektivitas dan efisiensi perusahaannya. Keunggulan bersaing merupakan modal perusahaan untuk dapat mempertahankan usahanya. Menurut Sampurno (2010) keunggulan bersaing merupakan kemampuan, *skill*, asset dan kapabilitas lain untuk dapat bersaing secara efektif dalam industri usaha.

Menurut Handjojo (2005) untuk dapat bersaing dan memperoleh laba juga mencapai tujuan perusahaan agar dapat bertahan dalam jangka panjang, pemimpin perusahaan perlu memiliki kemampuan dan pengetahuan untuk dapat menyelesaikan dengan cepat setiap masalah yang timbul yaitu masalah pengendalian. Pengendalian dilakukan dengan cara mengawasi, mengukur, dan mengarahkan. Beberapa perusahaan mengalami kendala dalam masalah pengendalian sehingga dengan susah payah mereka mempertahankan usahanya sampai akhirnya tidak sedikit yang menutup usahanya karena tidak mampu bertahan lebih lama.

Aktivitas utama yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur untuk mendapatkan keuntungan adalah melalui penjualan. Penjualan menurut Arens dan Loebbecke (2003) yang diterjemahkan oleh Amir Abadi Jusuf penjualan merupakan proses yang diperlukan untuk mengalihkan kepemilikan atas barang dan jasa yang telah tersedia untuk dijual kepada pelanggan. Penjualan terbagi menjadi penjualan tunai dan penjualan kredit.

PT. X merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur karet, yang beralamat di Cilampeni No. 116 Ketapang – Soreang. Berdasarkan tabel 1.1 di bawah mengenai anggaran dan realisasi penjualan PT. X penulis melihat bahwa terjadi penurunan realisasi penjualan di bulan Februari. Jika diamati dari prosedur penjualan pada PT. X terdapat keterlambatan penyelesaian barang sehingga menghambat penjualan, laporan yang tidak tersampaikan pada pihak yang berwenang dan operasional yang masih kurang baik.

Tabel 1.1

## Anggaran dan Realisasi Penjualan PT. X

Januari – Februari 2014

Produk	Januari 2014			Februari 2014		
	Anggaran	Realisasi	Selisih	Anggaran	Realisasi	Selisih
Karet	110.500.000	84.192.200	-26.307.800	105.500.000	63.608.150	-41.891.850
Regulator	125.850.000	121.500.000	-4.350.000	132.450.000	110.951.250	-21.498.750
Bahan TPR	225.000.000	139.270.000	-85.730.000	235.500.000	217.268.000	-18.232.000
Jumlah	461.350.000	344.962.200	-116.387.800	473.450.000	391.827.400	-81.622.600

Berdasarkan gejala-gejala awal yang diamati penulis, maka penulis mengambil dugaan awal yang dimungkinkan kurangnya penerapan audit operasional pada PT. X sehingga efektifitas dan efisiensi penjualannya kurang maksimal.

Berdasarkan uraian yang dipaparkan di atas, penulis mengambil dugaan awal bahwa PT. X kurang menerapkan audit operasional sehingga mempengaruhi

---

efektivitas dan efisiensi tingkat penjualan yang berada dibawah anggaran. Hal ini mendorong penulis untuk mengambil judul, “Pengaruh Audit Operasional Terhadap Efektivitas dan Efisiensi Penjualan Pada PT. X.”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dalam penelitian ini penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh audit operasional pada PT. X ?
2. Bagaimana penjualan di PT. X?
3. Bagaimana pengaruh audit operasional terhadap efektivitas dan efisiensi penjualan pada PT. X?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh audit operasional pada PT. X.
2. Untuk mengetahui bagaimana penjualan di PT. X.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh audit operasional terhadap efektivitas dan efisiensi penjualan pada PT. X.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penulis mengharapkan hasil penelitian yang dilakukan ini dapat memberikan manfaat:

1. Bagi penulis

Penelitian ini dapat menambah wawasan penulis dan untuk mengetahui bagaimana penerapan audit operasional dalam perusahaan. Selain itu dapat menjadi suatu wadah untuk menerapkan ilmu akuntansi khususnya auditing yang telah dipelajari penulis.

## 2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan yang diteliti untuk dapat menerapkan audit operasional pada fungsi penjualannya untuk dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi perusahaan menjadi lebih baik.

## 3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti berikutnya untuk dapat lebih dikembangkan dan untuk menambah wawasan mengenai penerapan audit operasional dalam perusahaan.