PENGARUH AUDIT INTERNAL TERHADAP OPERASI PENJUALAN
(Studi Kasus pada PT. Selamat Lestari Mandiri)

Yunita Sari, Gatot Wahyu Nugroho
Universitas Muhammadiyah Sukabumi

The data used in this study is primary data in the form of a questionnaire which was distributed to the PT. Selamat Lestari Mandiri Sukabumi. The analytical method used is simple line arregression, the classical assumption, as well as to test the hypothesis used F-test and t-test.

The results of analysis of this study is the internal audit significant effect on sales operations at PT. Selamat Lestari Mandiri Sukabumi. Based on the results of statistical tests, it can be seen that there is an internal audit has a strong connection with the sale of this operation, can be seen from the value obtained is equal to +0.926 which shows the direction of the relationship between the two variables. Besides the correlation value of R shows the number 0.926, which means a high correlation with the R-square or the coefficient of determination of 0.858. Based on the t-test is known that t is greater than t-table, 17,000 > 2.010, this means that there is a significant effect on the operation of the internal audit sales.

Keywords: internal audits and sales operationals

Latar Belakang

Dengan adanya pembangunan industri otomotif belakangan ini maka persaingan dikalangan dunia usaha sudah merupakan hal yang lazim dan umumnya akan semakin meningkat. Dengan adanya persaingan tersebut tentu menuntut setiap perusahaan untuk dapat terus bersaing mempertahankan kualitas produk dan kelangsungan aktivitas operasi perusahaan untuk menghasilkan dan meningkatkan laba.

Setiap perusahaan yang bersifat *profit oriented* bertujuan untuk memperoleh laba yang maksimal dalam menjalankan usahanya, sedangkan perusahaan menghadapi berbagai kendala seperti kelangkaan produk berupa produk, daya, sarana dan prasarana sehingga tidak pernah ada alasan apapun yang membenarkan adanya inefisiensi dalam pengelolaan output tersebut.

Salah satu kegiatan operasional perusahaan yang menghasilkan laba adalah penjualan. Penjualan dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan karena dari penjualan tersebut perusahaan akan mendapatkan laba yang dapat digunakan untuk kelangsungan hidup perusahaan atau kontinuitas perusahaan dan perkembangan perusahaan akan terus meningkat, selain itu penjualan yang maksimal atau sesuai target yang direncanakan dapat menjadi ukuran keberhasilan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Efektifitas penjualan dapat diukur dengan membandingkan target penjualan dengan realisasi penjualan. Penjualan perusahaan dapat disebut efektif apabila target penjualan yang ditetapkan manajemen perusahaan dapat direalisasikan dengan optimal. Dengan penjualan yang memenuhi target dan bahkan melebihi target penjualan yang direncanakan, maka perusahaan akan mendapatkan laba yang optimal.

Dalam kenyataannya seringkali tujuan perusahaan untuk mencapai penjualan maksimal tersebut terhambat oleh praktik-

praktik kecurangan *(fraud)* yang terjadi didalam perusahaan. Secara singkat kecurangan (*fraud*) dinyatakan sebagai suatu penggambaran yang salah dari fakta material yang menyebabkan seseorang memiliki keuntungan untuk diri sendiri atau kelompok. Untuk lebih jelas, pengertian *fraud* menurut Jack Bologna, Robert .J,Lindquist dan joseph T. Weels yang dikutip oleh Amin Widjaja (2000,1) "*fraud is criminal deception intenden to finally benefit the deceiver"*.

Penelitian ini menitikberatkan pada kecurangan yang dilakukan oleh pihak didalam perusahaan, baik itu karyawan maupun manajemen.Perusahaan kecil maupun perusahaan besar, milik negara atau daerah maupun swasta tidak kebal terhadap pencurian dan kecurangan.Akan tetapi, seringkali pemilik perusahaan-perusahaan yang tidak begitu besar tidak percaya bahwa hal itu bisa terjadi kepada mereka, padahal perusahaan tersebut juga rentan terhadap adanya praktik pencurian dan kecurangan.Perusahaan-perusahaan dengan skala yang tidak begitu besar biasanya mempunyai karyawan yang tidak terlalu banyak, sehingga masih kurang dalam hal pemisahan tugas, pengendalian akuntansi juga masih lemah dan biasanya ada kepercayaan yang besar dari pemilik kepada karyawannya.Orang-orang yang melakukan kecurangan dalam perusahaan biasanya tidak tampak seperti seorang pencuri.Mereka biasanya adalah karyawan-karyawan yang lama yang telah memperoleh posisi dan kepercayaan.Bahkan, pada perusahaan dengan sistem dan prosedur yang baik sekalipun, praktik kecurangan ini bisa terjadi karena faktor-faktor manusiawi dimana setiap manusia pada kondisi tertentu berpotensi untuk berbuat menyimpang, disamping karena faktor-faktor yang berasal dari perusahaan itu sendiri.

Aktivitas semua fungsi di perusahaan berpengaruh besar terhadap keberhasilan perusahaan dan salah satunya adalah fungsi penjualan.Fungsi penjualan merupakan fungsi yang dianggap sangat penting karena mempengaruhi berbagai jenis pelaksanaan pada bagian-bagian yang ada dalam perusahaan.Aktivitas fungsi tersebut sangat berkaitan, jika diibaratkan sebuah rantai maka jika satu butir rantai putus maka tidak berartilah butir-butir yang lain. Begitu juga aktivitas semua fungsi di sebuah perusahaan, jika satu fungsi tidak berjalan sebagaimana mestinya maka aktivitas yang lain pun tidak akan berjalan seperti seharusnya.

Kecurangan yang terjadi pada fungsi penjualan akan mengakibatkan perusahaan tidak bisa mencapai tujuan perusahaan dengan efektif dan efisien juga ekonomis sehingga bisa merugikan perusahaan dalam jumlah besar. Contoh-contoh kecurangan yang mungkin dilakukan oleh bagian penjualan adalah tidak sesuainya uang kas, *price list* dan *discount* yang seharusnya diberikan kepada pelanggan, adanya penyatuan tugas antara penjualan, pengiriman barang dan penagihan. Kasus-kasus yang terungkap tersebut sebagian besar dilakukan oleh sales-sales yang tidak memberikan *discount* atau *cashback* yang seharusnya diberikan kepada pelanggan yang dimaksudkan untuk mendapatkan keuntungan pribadi diantara pihak-pihak pelaksana transaksi seperti mediator. Selain itu, pada pengiriman barang yang bukan dilakukan oleh *sales* dan meminta uang transportasi kepada konsumen.

Identifikasi Masalah

Dari bahasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa identifikasi masalah yang muncul pada penelitian ini adalah :

1. Apakah audit internal pada PT. Selamat Lestari Mandiri sudah melaksanakan tugas dan fungsinya?
2. Apakah operasi penjualan pada PT. Selamat Lestari Mandiri sudah sesuai dengan standar operasional prosedur?

3. Apakah audit internal berpengaruh terhadap operasi penjualan pada PT. Selamat Lestari Mandiri?
4. Apakah biaya yang dikeluarkan untuk promosi sudah sesuai dengan jumlah kendaraan yang terjual?
5. Apakah harga servis dan sparepart berpengaruh terhadap operasi penjualan?
6. Apakah diskon yang diberikan kepada pelanggan berpengaruh terhadap penjualan?

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan gambaran yang dijelaskan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada PT. Selamat Lestari Mandiri. dikarenakan keterbatasan waktu dan biaya, maka penelitian dibatasi hanya pada bagian audit internal dan operasi penjualan,sehingga masalah pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pelaksanaan audit internal pada PT. Selamat Lestari Mandiri untuk penjualan kendaraan roda empat ?
2. Bagaimanakah pelaksanaan operasi penjualan kendaraan roda empat pada PT. Selamat Lestari Mandiri?
3. Bagaimanakah pengaruh audit internal terhadap operasi penjualan kendaraan roda empatpada PT. Selamat Lestari Mandiri?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui bagaimana pelaksanaan audit internal pada PT. Selamat Lestari Mandiri untuk penjualan kendaraan roda empat.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui bagaimana pelaksanaan operasi penjualan kendaraan roda empatpada PT. Selamat Lestari Mandiri
3. Untuk menganalisis dan mengetahuipengaruh audit internal terhadap operasi penjualan kendaraan roda empatpada PT. Selamat Lestari Mandiri.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1. Bagi Penulis

a. Merupakan sarana untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai praktik sehari-hari perusahaan, terutama dalam menilai keberadaan pengendalian internal perusahaan dan peran audit internal.
b. Sebagai suatu sarana untuk menambah khasanah keilmuan, khususnya dalam menambah wawasan untuk menyikapi isu-isu terkini dalam pengembangan akuntansi itu sendiri.
c. Untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian sidang untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sukabumi.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan saran yang membangun mengenai pentingnya keberadaan audit internal dalam perusahaan sebagai penunjang terciptanya keefektifan operasi penjualan yang dilaksanakan perusahaan, serta membantu perusahaan dalam mengevaluasi kelebihan dan kekurangan pengendalian internal penjualan, sehingga dapat menjadi pertimbangan untuk memperbaiki dan menyempurnakan kalemahan-kelemahan yang ada.

3. Bagi Pembaca

Terutama mahasiswa diharapkan dengan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan yang berharga mengenai audit internal khususnya mengenai penjualan serta dapat digunakan sebagai sumber informasi yang dijadikan sebagai titik tolak untuk penelitian selanjutnya.

Landasan Teori dan Hipotesis

Pengertian Audit Internal

Audit internal terdapat pada perusahaan relatif besar, dimana pimpinan

perusahaan membentuk banyak departemen, bagian, seksi atau satuan organisasi dalam menjalankan aktivitasnya.Bila perusahaan terdiri dari beberapa departemen, maka pimpinan dapat mendelegasikan wewenangnya kepada unit-unit operasi tertentu.

Semakin besar suatu organisasi, maka semakin luas pula rentang pengendalian yang dipikul pimpinan, sehingga manajemen harus menciptakan suatu pengendalian intern yang efektif untuk mencapai suatu pengelolaan yang optimal dengan mempertimbangkan manfaat dan biayanya. Karena keterbatasan manajemen dalam mengendalikan aktivitasnya itu, perusahaan memerlukan suatu alat pengendalian yang bersifat objektif dan tidak memihak seperti audit internal yang akan membantu manajemen dalam menentukan apakah rencana-rencana operasi, keuangan, kebijakan dan rencana organisasi tersebut.

Pengertian audit internal menurut Sawyerdalam bukunya *Sawyer'sInternal Auditing*adalah : "Sebuah penilaian yang sistematis dan objektif yang dilakukan auditor internal terhadap operasi dan control yang berbeda-beda dalam organisasi untuk menentukan apakah (1) informasi keuangan dan operasi telah akurat dan dapat diandalkan; (2) risiko yang dihadapi perusahaan telah diidentifikasi dan diminimalisasi; (3) peraturan eksternal serta kebijakan dan prosedur internal yang bisa diterima telah diikuti; (4) kriteria operasi yang memuaskan telah dipenuhi; (5) sumber daya telah digunakan secara efisien dan ekonomis; dan (6) tujuan organisasi telah dicapai secara efektif, semua dilakukan dengan tujuan untuk dikonsultasikan dengan manajemen dan membantu anggota organisasi dalam menjalankan tanggung jawabnya secara efektif"

Sedangkan pengertian audit internal menurut Sukrisno Agoes (2003:204), Audit internal (pemeriksaan intern) adalah pemeriksaan yang dilakukan oleh bagian internal audit perusahaan, terhadap laporan keuangan dan catatan akuntansi perusahaan maupun ketaatan terhadap kebijakan manajemen puncak yang telah ditentukan dan ketaatan terhadap peraturan pemerintah dan ketentuan-ketentuan dari ikatan profesi yang berlaku.

Dari penjelasan diatas, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa audit internal adalah kegiatan *assurance* dan konsultasi yang independen dan objektif, yang dirancang untuk memberikan nilai tambah dan meningkatkan kegiatan-kegiatan operasi organisasi. Audit internal membantu organisasi untuk mencapai tujuannya, melalui suatu pendekatan yang sistematis dan teratur untuk mengevaluasi dan meningkatkan efektifitas dari manajemen risiko, pengendalian, dan proses tata kelola.

.

Kualifikasi Auditor Internal

Kualifikasi audit menurut Suraida yang dikutip oleh Diary Demario Silitonga (2013) adalah: "Keahlian professional yang dimiliki oleh auditor adalah independensi dan kompetensi, hal mana sangat diperlukan dan penting bagi pemeriksaan sebagaimana mestinya".

Kompetensi auditor juga tidak didapat begitu saja tapi melalui beberapa proses dimulai dari pendidikan di perguruan tinggi sampai pada pendidikan professional.

Independensi

Auditor yang professional harus memiliki independensi untuk memenuhi kewajiban profesionalisme, memberikan opini yang objektif, tidak bias, dan tidak dibatasi dan melaporkan masalah apa adanya, bukan melaporkan sesuai keinginan eksekutif atau lembaga. Auditor internal harus bebas dari hambatan dalam melaksanakan auditnya.Hanya dengan begitu audit internal bisa disebut melaksanakan audit dengan professional.

Kompetensi

Konsorsium Organisasi Profesi Audit Internal yang dikutip oleh Diary Demario Silitonga (2013) menyatakan bahwa penugasan harus dilaksanakan dengan memperhatikan keahlian dan kecermatan professional.Keahlian dan kecermatan professional dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Keahlian
   Audit internal harus memiliki pengetahuan, keterampilan dan kompetensi yang dibutuhkan untuk melaksanakan tanggungjawab perorangan. Fungsi audit internal secara kolektif harus memiliki atau memperoleh pengetahuan, keterampilan dan kompetensi yang dibutuhkan untuk melaksanakan tanggung jawabnya.
2. Kecermatan Professional
   Audit internal menerapkan kecermatan dan keterampilan yang layak dilakukan oleh seorang audit internal yang independen dan kompeten, dengan mempertimbangkan ruang lingkup penugasan, kompleksitas dan materialitas yang dicakup dalam penugasan, kecukupan dan efektifitas manajemen risiko, pengendalian dan proses governance, biaya dan manfaat penggunaan sumber daya dalam penugasan, penggunaan teknik-teknik dengan bantuan komputer dan teknik-teknik analisisnya.

Tujuan Audit Internal

Menurut Sukrisno Agoes (2004:222), tujuan pemeriksaan yang dilakukan oleh internal auditor adalah membantu semua pimpinan perusahaan (manajemen) dalam melaksanakan tanggung jawabnya dengan memberikan analisa, penilaian, saran dan komentar mengenai kegiatan yang diperiksanya.

Ruang lingkup Audit Internal

Fungsi audit internal adalah sebagai alat bantu bagi manajemen untuk menilai efisien dan keefektifan pelaksanaan struktur pengendalian intern perusahaan, kemudian memberikan hasil berupa saran atau rekomendasi dan memberi nilai tambah bagi manajemen yang akan dijadikan landasan mengambil keputusan atau tindak selanjutnya.

Ruang lingkup audit internal harus mencakup kecukupan dan efektivitas sistem kinerja organisasi dalam melaksanakan tanggung jawab yang ditugaskan; (1) keandalan dan menyokong informasi; (2) sesuai dengan kebijakan, rencana, prosedur, hukum, peraturan dan kontak; (3) pengamanan aktiva; (4) penggunaan sumber daya yang ekonomis dan efisien; (5) tercapainya target yang ditetapkan dan tujuan program operasi.

Wewenang dan Tanggung Jawab Audit Internal

Secara garis besar dan tanggungjawab seorang auditor internal di dalam melaksanakan tugasnya adalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi dan saran-saran kepada manajemen atas kelemahan-kelemahan yang ditemukannya.
2. Mengkoordinasikan aktivitas-aktivitas yang ada dalam perusahaan untuk mencapai tujuan audit dan tujuan organisasi atau perusahaan.

Laporan Audit Internal

Laporan audit internal merupakan laporan tertulis yang berisikan hasil temuan setelah melakukan pengujian dan penilaian terhadap informasi yang telah diperoleh. Laporan ini sangatlah penting artinya bagi manajemen karena dalam laporan ini dihasilkan informasi yang dibutuhkan oleh manajemen untuk mengevaluasi efektivitas kegiatan operasi perusahaan.

a. Objektif
Laporan yang objektif adalah laporan yang factual, tidak berpihak dan terbebas dari distorsi.Setiap pernyataan, angka dan referensi harus didasarkan atas bukti-bukti yang kuat.Auditor harus berusaha dengan segala upaya, agar laporannya dapat dipercaya atau diandalkan.Keandalan haruslah menjadi ciri dari laporan audit internal.
b. Jelas
Tujuan laporan pemeriksaan adalah agar diambil tindakan yang perlu.Oleh karena itu laporan harus efektif, laporan harus jelas.Laporan yang jelas mudah dimengerti dan logis.Laporan tersebut harus menggunakan kata-kata secara efektif yang mampu memberikan berbagai informasi yang cukup mendukung.
c. Konstruktif
Laporan konstruktif adalah laporan yang berdasarkan isi dan sifatnya akan membantu pihak yang akan diperiksa serta menghasilkan berbagai perbaikan yang dibutuhkan.
d. Tepat waktu
Laporan tepat waktu dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan manajemen akan informasi yang mutakhir yang tidak memerlukan penundaan dan mempercepat kemungkinan pelaksanaan berbagai tindakan efektif.

Tindak Lanjut Hasil Pemeriksaan Internal

Apabila sudah dikeluarkan suatu laporan hasil audit internal, bukan berarti semua tugas audit internal telah selesai karena masih perlu diadakan suatu tindak lanjut dengan maksud apabila dari hasil audit internal yang telah dilaksanakan menunjukan adanya hal-hal yang perlu diperbaiki, maka tindak lanjut yang dapat diambil sehubungan dengan hal tersebut adalah melaporkan temuan-temuan tersebut kepada pimpinan perusahaan untuk kemudian dilakukan perbaikan atau penyelesaian masalah dan bagaimana pelaksanaan rekomendasi yang diberikan terhadap penyimpangan yang terjadi.

Pengertian Operasi Penjualan

Operasi penjualan adalah tindak lanjut dari pemasaran dan merupakan kegiatan yang sangat penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Melalui operasi penjualan ini perusahaan berhubungan dengan pihak lain, dimana terjadi transaksi penyerahan barang perolehan kas yang senilai dengan barang tersebut. Operasi penjualan merupakan pendapatan utama perusahaan karena jika operasi penjualan produk maupun jasa tidak dikelola dengan baik, maka secara langsung dapat merugikan perusahaan. Hal ini dapat disebabkan karena sasaran penjualan yang diharapkan tidak tercapai dan pendapatan pun akan berkurang.

Pendapatan perusahaan diperoleh dari aktivitas penjualan digunakan untuk membiayai operasi perusahaan. Apabila aktivitas penjualan tidak dikelola dengan baik, maka sasaran penjualan tidak akan dapat tercapai dan akan mengakibatkan berkurangnya pendapatan perusahaan. Adapun yang perlu diperhatikan dalam aktivitas penjualan ini adalah :

a. Produk
b. Penetapan Harga
c. Distribusi
d. Metode Penjualan
e. Organisasi
f. Perencanaan dan Pengendalian

Pemeriksaan dan pengendalian terhadap kegiatan penjualan harus dilakukan karena hasil yang diperoleh dalam kegiatan penjualan mempengaruhi signifikan terhadap laba yang diperoleh perusahaan. Volume penjualan yang tepat, meningkatkan kepuasan penjualan melalui pelayanan yang baik dan optimalkan keuntungan.

Tujuan umum yang umumnya dimiliki oleh perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Mencapai volume penjualan tertentu
2. Mendapatkan laba yang optimal dengan modal sekecil-kecilnya
3. Mempertahankan kelangsungan hidupnya terus-menerus *(going concern)*
4. Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Konsep Penjualan

Konsep penjualan berkeyakinan bahwa para konsumen dan perusahaan bisnis, jika dibiarkan tidak akan secara teratur membeli cukup banyak produk-produk yang ditawarkan. Oleh karena itu harus dilakukan usaha penjualan dan promosi yang aggresif. Alasan yang melandasi konsep ini adalah bahwa konsep ini berasumsi bahwa konsumen umumnya menunjukan penolakan pembelian sehingga harus dibujuk untuk membeli. Tujuan mereka adalah menjual apa yang dihasilkan mereka dan bukannya menghasilkan apa yang diinginkan pasar.

Tiga elemen pokok konsep pemasaran yaitu:

1. Orientasi konsumen
   Pada dasarnya perusahaan yang memperhatikan konsumen harus :
   a. Menentukan kebutuhan pokok dari pembeli yang akan dilayani dan dipenuhi
   b. Memilih kelompok pembeli yang menjadi sasaran penjualan
   c. Menentukan produk dan program pemasarannya
   d. Mengadakan penelitian pada konsumen, untuk mengukur, menilai dan menafsirkankeinginan, sikap, serta tingkah laku mereka.
2. Volume penjualan yang menguntungkan
   Salah satu tujuan perusahaan adalah untuk memperoleh laba yang maksimal.Laba itu sendiri merupakan pencerminan dari usaha-usaha perusahaan yang berhasil memberikan kepuasan kepada konsumen.Untuk memberikan kepuasan tersebut perusahaan dapat menyediakan atau menjual barang dan jasa yang paling baik dengan harga yang layak.
3. Koordinasi dan integrasi seluruh kegiatan pemasaran dalam perusahaan
   Artinya setiap orang dan setiap bagian dalam perusahaan turut berkecimpung dalam suatu usaha yang dikoordinir untuk memberikan kepuasan konsumen, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Untuk mencapai tujuan perusahaan maka ketiga elemen tersebut harus dilaksanakan secara efektif dan efisien .

Ruang Lingkup Operasi Penjualan

Ruang lingkup operasi penjualan secara rinci mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Perencanaan Operasi Penjualan
   Atas dasar produk barang dan jasa yang terjadi, kegiatan ini dimulai dengan target operasi penjualan, yang menentukan volume penjualan produk yang akan dijual, menentukan jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan dan menentukan sasaran calon pembeli yang potensial.
2. Pelaksanaan Operasi Penjualan, terdiri dari :

a. Penerimaan order penjualan, terdiri dari penerimaan order dari pembeli,mengevaluasi order dari pembeli, mengirim surat penawaran harga, sertamembuat surat order pengiriman.
b. Pengiriman barang atau kegiatan ini berfungsi menyerahkan barang sesuaidengan surat order pengiriman yang diterima dengan bagian order penjualankepada pembeli dan bertanggung jawab untuk menjamin bahwa tidak adabarang yang keluar dari perusahaan tanpa melalui otoritas dari pihak yangberwenang.

3. Evaluasi Kegiatan Penjualan

Secara rutin harus melaksanakan evaluasi terhadap kegiatan penjualan, apakah pelaksanaannya telah sesuai dengan yang telah direncanakan, untuk kemudian dijadikan sebagai patokan dan pengendalian bagi kemajuan-kemajuan yang akan dicapai di masa yang akan datang.

Organisasi Kegiatan Penjualan

Menurut Basu Swastha (2000:12), pada umumnya struktur organisasi penjualan bermula dari manajer pemasaran kepada manajer penjualan sampai dengan pelaksanaan penjualan. Tujuan dari struktur organisasi tersebut adalah untuk memberikan deskripsi jabatan yang membatasi wewenang untuk masing-masing jabatan. Tingkatan yang berbeda dalam organisasi kegiatan penjualan dengan mendelegasikan pekerjaan dan mempromosikan spesialisasi tenaga kerja.

Kebijakan dan Prosedur Operasi Penjualan

Kebijakan dan prosedur operasi penjualan adalah sebagai berikut :

1. Persiapan sebelum menjual
   Pada tahap ini, penjualan mengadakan persiapan-persiapan sebelum melaksanakan operasi penjualan. Kegiatan yang dilakukan adalah mempersiapkan tenaga penjual dengan memberikan pemahaman tentang produk atau jasa yang akan dijual, pasar yang dapat menjadi sasaran dan teknik-teknik penjualan yang harus dilakukan.
2. Penentuan lokasi operasi penjualan
   Dengan menggunakan data pembeli, penjual dapat menentukan karakteristik pembeli yang potensial.Penentuan calon pembeli beserta karakteristiknya dapat dilakukan dengan menentukan lokasi dan segmen pasar yang menjadi sasarannya.Dari lokasi ini dibuat daftar organisasi-organisasi atau perusahaan yang kira-kira dapat dikategorikan sebagai pembeli potensial dari produk dan jasa yang ditawarkan.
3. Pendekatan Pendahuluan
   Sebelum melaksanakan operasi penjualan, penjual harus mempelajari masalah tentang organisasi-organisasi atau perusahaan yang diharapkan menjadi pembeli. Perlu juga untuk mengetahui produk apa saja yang dibutuhkan oleh mereka. Untuk mendukung penawaran produk kepada pembeli diperlukan banyak informasi, misalnya produk apa yang biasa dibeli oleh calon pembeli.
4. Pelaksanaan Operasi Penjualan
   Sesuai dengan ruang lingkup kegiatan penjualan yang dibahas sebelumnya, penulishanya membatasi penelitian pada pelaksanaan kegiatan penjualan dan pengendalian (tidak termasuk perencanaan).Prosedur pelaksanaan kegiatan penjualan bisa bervariasi tergantung pada jumlah sistem penjualan yang digunakan oleh perusahaan.

Audit Internal Operasi Penjualan

Adapun audit internal atas operasi penjualan bertujuan untuk:

1. Menentukan seberapa jauh pelaksanaan kebijakan manajemen puncak dipatuhisehubungan dengan transaksi operasi penjualan.
2. Untuk menjamin transaksi operasi penjualan.
3. Menilai ketaatan terhadap hukum.
4. Memeriksa catatan-catatan dan membuat rekomendasi penyimpangan untuk perbaikanoperasi perusahaan.

Kerangka Pemikiran

Menurut Sukrisno Agoes (2004:221), internal audit (pemeriksaan internal) adalah pemeriksaan yang dilakukan oleh bagian internal audit perusahaan, baik terhadap laporan keuangan dan catatan akuntansi perusahaan, maupun ketaatan terhadap

kebijakan manajemen puncak yang telah ditentukan dan ketaatan terhadap peraturan pemerintah dan ketentuan-ketentuan dari ikatan profesi yang berlaku. Peraturan pemerintah misalnya peraturan di bidang perpajakan, pasar modal, lingkungan hidup, perbankan, perindustrian, investasi dan lain-lain. Ketentuan-ketentuan dari ikatan profesi misalnya standar akuntansi keuangan.

Penjualan adalah tindak lanjut dari pemasaran dan merupakan kegiatan yang sangat penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Melalui operasi penjualan ini perusahaan berhubungan dengan pihak lain, dimana terjadi transaksi penyerahan barang perolehan kas yang senilai dengan barang tersebut.

Adanya suatu audit internal yang berjalan baik dapat memberikan alternatif tindakan yang terbaik bagi manajemen untuk memperbaiki dan menunjang pengendalian internal perusahaan yang bersangkutan. Audit internal harus dilaksanakan secara independen, audit internal yang independen dan kontinyu bersifat preventif yang memungkinkan mengurangi dan mencegah kejadian yang merugikan, sehingga manajemen dapat dengan segera mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk mempertahankan serta menjaga pengendalian internal operasi penjualan yang memadai.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian tersebut diatas, peneliti merumuskan hipotesis yang akan dibuktikan melalui penelitian ini, sebagai berikut :

H0: Tidak Terdapat Pengaruh yang signifikan Audit Internal terhadap Operasi Penjualan Perusahaan.

H1: Terdapat Pengaruh yang signifikan Audit Internal terhadap Operasi Penjualan Perusahaan.

Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekantan audit internal khususnya peran audit internal dalam perusahaan. Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel yang dijadikan wawasan penelitian yaitu peran audit internal (variable X) dan operasi penjualan (variable Y).

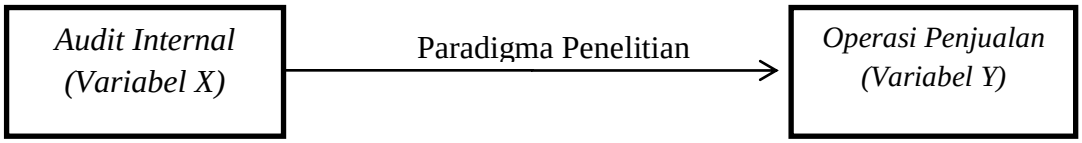
Sedangkan kawasan penelitian yang dijadikan variabel terikat (dependent variabel) adalah operasi penjualan dan variabel bebas (independent) adalah audit internal yang terdiri dari tujuan-tujuan dari audit internal, ruang lingkup audit internal, kode etik audit internal, lingkup pekerjaan pemeriksaan internal.

Metode Penelitian yang digunakan

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti, maka penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif Sugiyono (2013 : 8) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tetentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dengan demkian, pengolahan data penelitian menggunakan SPSS 21.0 for windows.

Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma sebagai berikut :



Variabel Penelitian

1. Audit Internal (variabel X)
   Audit internal merupakan pemeriksaan yang dilakukan oleh bagian internal audit perusahan yang berfungsi menguji dan mengevaluasi kegiatan perusahan, baik terhadap laporan keuangan, catatan akuntansi perusahaan serta ketaatan terhadap kebijakan manajemen perusahaan.
2. Operasi Penjualan(variabel Y)
   Operasi penjualan adalah tindak lanjut dari pemasaran dan merupakan kegiatan yang sangat penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Melalui aktivitas penjualan ini perusahaan berhubungan dengan pihak lain, dimana terjadi transaksi penyerahan barang perolehan kas yang senilai dengan barang tersebut.

Populasi

Populasi adalah objek atau subjek yang akan diteliti dalam penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan PT. Selamat Lestari Mandiri Sukabumi.

Sampel

Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling purposive. Menurut Sugiyono (2013:122) "Sampling Purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu". Adapun pertimbangan yang digunakan dalam pemilihan sampel hanya karyawan PT. Selamat Lestari Mandiri Sukabumi bagian audit dan penjualan yang terdapat di Kota Sukabumi yang berjumlah 54 orang.

Pengujian Hipotesis

Dalam tahap ini, hipotesis yang akan diuji adalah :

H0 : Tidak terdapat pengaruh antara variabel audit internal dengan variabel operasi penjualan.

H1 : Terdapat pengaruh antara variabel audit internal dengan variabel operasi penjualan.

Untuk melakukan uji hipotesis apakah variabel X (audit internal) mempunyai hubungan dengan variabel Y (operasi penjualan), maka dapat dilakukan uji t, dimana r dimasukkan dalam rumus berikut :

$$t_2 = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r}}$$

Dengan α = 0,05 dan dk = n -2 (dk = 50 - 2), kemudian nilai t hitung dibandingkan dengan t tabel, dengan kriteria sebagai berikut:

1) Jika $t_{hitung} > t_{table}$
   Maka H0 ditolak dan H1 diterima. Berarti ada pengaruh antara variabel X (audit internal) dengan variabel Y (operasi penjualan).
2) Jika $t_{hitung} < t_{table}$
   Maka H0 diterima dan H1 ditolak. Berarti tidak ada pengaruh antara variabel X (audit internal) dengan variabel Y (operasi penjualan).

Pembahasan

Pelaksanaan Audit Internal di PT. Selamat Lestari Mandiri

Seorang audit internal harus menguasai bidang pemeriksaannya. Selain itu juga untuk meningkatkan kualitas audit internal, perusahaan berusaha selalu mengikutsertakan para auditornya dalam program pengembangan atau peningkatan kualitas, diantaranya :

1. Meningkatkan kualitas audit melalui pengawasan yang tepat serta pelatihan.
2. Pelatihan dan penataan staff tenaga yang potensial yang diperkirakan akan menjadi pimpinan unit kerja.
3. Meningkatkan peran SPI (Satuan Pengawas Internal) dengan pola kemitraan dan berupaya memberikan konsultasi secara proaktif serta mencoba

sebagai katalisator dalam penyelesaian masalah yang dihadapi oleh perusahaan.

Kepala audit internal di PT. Selamat Lestari Mandiri selalu melakukan pengawasan audit yang dilakukan oleh para anggotanya untuk menjamin bahwa audit dilaksanakan sesuai dengan ketentuan perusahaan. Para auditor juga diwajibkan untuk mampu bekerja sama dan berkomunikasi secara efektif, teliti dan mampu memberikan saran atau rekomendasi yang membangun.

Program Audit Internal

Program audit disusun agar pelaksanaan audit lebih terarah dan pelaksanaannya lebih efektif sehingga tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Untuk menghasilkan audit yang efektif dan efisien, maka diperlukan suatu rencana audit yang lengkap, terarah, menyeluruh dan terpadu. Rencana audit tersebut dituangkan kedalam suatu bentuk Program Pemeriksaan Operasional. Program Pemeriksaan Operasional adalah suatu pemeriksaan yang dimaksudkan sebagai penilaian terhadap cara pengelolaan suatu organisasi dan bertujuan membantu pimpinan organisasi tersebut untuk melaksanakan tugasnya dengan lebih baik. Penilaian tersebut adalah penilaian yang sistematis dan objektif atas operasi manajemen untuk perbaikan dan pengembangannya diwaktu yang akan datang. Pemeriksaan operasional ditekankan pada penilaian terhadap cara-cara manajemen mengelola sumber dana dan daya untuk mencapai tujuan yang ditetapkan bagi suatu program.

Pelaksanaan Audit Internal Penjualan

Program audit internal yang dilakukan oleh auditor internal PT. Selamat Lestari Mandiri bertujuan untuk:

1. Memastikan bahwa faktur yang tercetak sudah ditandatangani oleh operator dan bagian administrasi, serta diberi stempel PT. Selamat Lestari Mandiri.
2. Memastikan bahwa faktur yang tercetak sudah dilengkapi dengan surat pesanan.
3. Memastikan bahwa diskon dan bonus yang diberikan ke pelanggan sudah sesuai ketentuan.
4. Memastikan bahwa pemberian diskon dilakukan di dalam lingkup perusahaan bukan diluar lingkup perusahaan..

Sedangkan prosedur pemeriksaan yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Print laporan penjualan yang dibuat oleh sales baik *sales counter* maupun *salesman* per tanggal dari sistem.
2. Periksa bahwa kondisi diskon dan bonus sudah sesuai ketentuan. Untuk diskon tambahan pastikan dilengkapi dengan dokumen yang disetujui oleh pejabat yang berwenang.
3. Melakukan pemeriksaan atas faktur yang tercetak, pastikan sudah ditandatangani dan diberi stempel PT. Selamat Lestari Mandiri.
4. Periksa kelengkapan surat pesanan dari outlet. Pastikan bahwa tanda tangan dan stempel outlet di surat pesanan sudah lengkap.
5. Lakukan analisis terhadap pesanan pelanggan dan pastikan bahwa pesanan tersebut wajar, tidak ada indikasi *push order* berlebih/order fiktif, pesanan sesuai kebiasaan dan perkembangannya wajar.

Laporan Hasil Audit Internal

Setelah laporan audit selesai dibuat dan ditandatangani oleh audit internal, pendistribusian laporan tersebut antara lain sebagai berikut :

1. Diberikan kebagian yang menjadi objek audit, yaitu bagian penjualan.
2. Diarsipkan kebagian audit internal.
3. Diberikan ke *Brand Head* (Kepala Cabang) untuk ditindaklanjuti.

Dalam laporan tersebut, auditor membukukan pendapat mengenai pelaksaan

audit internal penjualan dan terhadap temuan tersebut, auditor memberikan saran-saran kepada Brand Head (Kepala Cabang).

Pemantauan Tindak Lanjut

Pemantauan internal harus ditinjau secara terus menerus dan dilakukan tindak lanjut (follow up) untuk memastikan bahwa temuan pemeriksaan yang dilaporkan telah dilakukan tindakan yang tepat. Tindak lanjut oleh audit internal didefinisikan sebagai suatu proses untuk menentukan kecukupan, keefektifan dan ketepatan waktu dari berbagai tindakan yang dilakukan oleh manajemen terhadap berbagai temuan pemeriksaan yang dilaporkan. Suatu temuan dapat mencakup berbagai temuan lain yang relevan yang didapat oleh pemeriksaan lainnya.

Operasi Penjualan di PT. Selamat Lestari Mandiri

Terdapat dua jenis operasi penjualan yang dilakukan di PT . Selamat Lestari Mandiri, yaitu penjualan tunai dan penjualan kredit.

Hasil Pengujian Kualitas Data

Pengujian Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana instrument dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah pernyataan-pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini sudah dapat mengukur variabel penelitian.

Variabel X merupakan variabel independen yaitu audit internal. Berdasarkan uji validitas yang dilakukan terhadap pernyataan-pernyataan variable X, seluruh item sesuai dengan apa yang hendak kita ukur dan menunjukan kekonsistenan dan keselarasan. Dari hasil pengujian validitas pada variable X maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan nomor 5, 9, 17, 22, 23, 31 yang dinyatakan tidak valid, sedangkan item pernyataan lainnya dinyatakan valid.

Variabel Y merupakan variabel dependen yaitu operasi penjualan. Berdasarkan uji validitas yang dilakukan terhadap pernyataan-pernyataan variable Y, seluruh item sesuai dengan apa yang hendak kita ukur dan menunjukan kekonsistenan dan keselarasan. Dari hasil pengujian validitas pada variable Y makadapat disimpulkan bahwa hanya item pernyataan nomor 3 yang dinyatakan tidak valid, sedangkan item pernyataan lainnya dinyatakan valid.

Pengujian Reabilitas

Berdasarkan uji cronbach alpha yang dilakukan untuk variabel X dengan menggunakan software SPSS versi 21 diperoleh nilai sebesar 0,967.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,967	25

Berdasarkan uji cronbach alpha yang dilakukan untuk variabel Y dengan menggunakan software SPSS versi 21 diperoleh nilai sebesar 0,891

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,891	8

Uji Signifikan Korelasi dan Regresi

Correlations

		TX	TY
TX	Pearson Correlation	1	,926**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	50	50
TY	Pearson Correlation	,926**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	50	50

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,067	1,306		,817	,418		
	TX	,293	,017	,926	17,000	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: TY

Berdasarkan hasil output pada tabel diatas, diketahui hubungan korelasi antara variabel X (Audit Internal) dengan variabel Y (Operasi Penjualan) mencapai angka +0,926 yang berarti bahwa hubungan antar dua variabel tersebut sangat kuat. Selain itu, angka +0,926 menunjukan adanya korelasi positif yang berarti bahwa hubungan antar audit internal dengan operasi penjualan searah.

Berdasarkan tabel koefisien regresi, maka persamaan yang diperoleh adalah:

$$Y = 1,067 + 0,293X$$

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa konstant(a) adalah 1,067, artinya apabila audit internal bernilai 0 (nol), maka penjualan akan positif sebesar 1,067. Berdasarkan tabel diatas, bahwa koefisien b adalah 0,293, dan ini artinya apabila audit internal ditingkatkan 1 maka penjualan akan meningkat sebesar 0,293.

Uji t

a. Hipotesis
   H0 : Tidak adanya pengaruh audit internal terhadap operasi penjualan.
   H1 : Adanya pengaruh audit internal terhadap operasi penjualan.
b. Kriteria pengambilan keputusan
   1. Jika t hitung < t tabel, maka H0 diterima dan H1 ditolak.
   2. Jika t hitung > t tabel maka H0 ditolak dan H1 diterima.

   Berdasarkan perbandingan t hitung dengan t tabel, terlihat bahwa t hitung (tabel coefficient (a)) sebesar 17,000 sedangkan t tabel sebesar 2,010. Nilai t tabel diperoleh melalui microsoft excel dengan menggunakan formula =TINV((probability, deg_freedom) dimana nilai probabilitasnya sebesar 5% merupakan tingkat signifikan, nilai deg_freedom diperoleh dengan menggunakan rumus df=n-2 sehingga menghasilkan nilai sebesar 2,010. Karena t hitung lebih besar daripada t tabel, 17,000 > 2,010 maka H0 ditolak dan H1 diterima. berarti terdapat pengaruh yang signifikan audit internal terhadap operasi penjualan.

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,926[a]	,858	,855	2,565

a. Predictors: (Constant), TX
b. Dependent Variable: TY

Analisis koefisien determinasi (R2) digunakan untuk mengetahui sebesarap besra prosentase sumbangan pengaruh variabel independent secara serentak terhadap variabel dependen.

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa :

1. Nilai R sebesar 0,926 menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara audit internal dengna operasi penjualan sangat kuat.
2. Nilai R2 (R *Square*) sebesar 0,858 dengan penyesuaian sebesar 0,855. Hal ini berarti 85,8% variabel audit internal memberikan pengaruh yang besar terhadap operasi penjualan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Simpulan dan Saran

Simpulan

1. Pelaksanaan Audit Internal pada PT. Selamat Lestari Mandiri telah

dilaksanakan dengan Baik. Hal tersebut didukung oleh indikator audit internal diantaranya adanya kualifikasi, tujuan dan ruang lingkup pemeriksaan dan adanya wewenang dan tanggung jawab masing-masing auditor.

2. Pelaksanaan Operasi Penjualan PT. Selamat Lestari Mandiri berjalan dengan efektif. Hal ini dilihat dari :
   a. Proses penjualan dilakukan dengan tingkat kesalahan rendah.
   b. Dilaksanakannya prosedur penjualan baik tunai, kredit, maupun *trade in* dengan baik.
   c. Pemeriksaan eksterior dan interior agar kendaraan dikirim dalam keadaan "siap" secara fisik maupun kelengkapan dokumen.
   d. Pelanggan hanya satu kali diminta data dan dokumen yang diperlukan.
   e. Ditinjau dari sisi waktu cepat dan optimal.
   f. Penggunaan formulir dan dokumen-dokumen yang tepat.
   g. Pengisian formulir sederhna.
   h. Pelanggan menerima kendaraan sesuai dengan janji yang telah disepakati (on time delivery).
3. Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa t hitung lebih besar daripada t tabel, 17,000 > 2,010, hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan audit internal terhadap operasi penjualan.

Saran

1. Pelaksanaan audit internal pada PT. Selamat Lestari Mandiri sudah berjalan baik sehingga perusahaan hanya perlu mempertahankan dan akan lebih baik lagi apabila terdapat peningkatan kualitas auditor.
2. Pelaksanaan operasi penjualan pada PT. Selamat Lestari Mandiri sudah berjalan baik sehingga perusahaan hanya perlu mempertahankan dan akan lebih baik lagi apabila target penjualan ditingkatkan.
3. Perusahaan harus dapat memberikan motivasi kepada pegawai khususnya kepada *salesman* dan *sales counter* sehingga pencapaian target dapat ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

Dewan Standar Profesional Akuntan PublikInstitut Akuntan Publik Indonesia. 2001. Standar Profesional Akuntan Publik. Jakarta.

Eviyanti, Siti Khairani, Rika Kharlina. "Peranan Audit Internal Dalam Mengatasi Risiko Penjualan Secara Kredit Pada PT. Thamrin Brothers Palembang". STIE MDP.

Henry Simamora, (2000), Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis, Salemba Empat, Jakarta.

Hiddayatika, Yuliana Nur. "Pemeriksaan Manajemen Terhadap Fungsi Penjualan Pada PT. Serba Mulia Auto di Samarinda". 2011. FE Universitas Mulawarman Samarinda.

http://yann-achmad.blogspot.com/2012/04/auditor.html (diakses pada tanggal 15 Maret 2014, waktu 12.10 WIB)

http://arvidtheodorus.wordpress.com/2008/12/09/5konseppemasaran/ (diakses pada tanggal 15 Maret 2014, waktu 12.15 WIB)

http://id.wikipedia.org/wiki/Toyota_Astra_Motor diakses pada tanggal 10 Maret 2014, waktu 13.00 WIB)

Jaya, Taripar. 2007. Studi Peranan Audit Internal dalam Menilai Efektivitas Pengendalian Internal Jasa Transfer Valuta Asing (Studi Kasus di PT.

Bank Jabar, Tbk Cabang Utama Bandung). FE Universitas Widyatama. Bandung.

Karni, Soejono. "Auditing Audit Khusus dan Audit Forensik dalam Praktik". 2002. Jakarta. FEUI

Kieso dan Weygandt. 2009. Accounting Principles. Salemba Empat. Jakarta.

Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.

Mulyadi. 2008. Sistem Akuntansi. Cetakan keempat. Salemba Empat. Jakarta.

Reeve, Warren dan Duchac. 2008. Principles of Accounting. Salemba Empat. Jakarta.

Sawyer B. Lawrence B, Mortimer A. Dittenhofer, James H. Scheiner. Sawyer's Internal Auditng. The Institute of Internal Auditors.

Silitonga, Diary Demario. Pengaruh Audit Internal terhadap Operasi Penjualan Perusahaan. 2013. FE Unpad. Bandung.

Sugiyono. Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D. 2013. Alfabeta. Bandung.

Suhayati Eli dan Sri Dewi. 2005. Pengantar Akuntansi I. Modul Kuliah.

Sukrisno Agoes. 2012. Auditing Edisi 4 Buku 1. Salemba Empat. Jakarta.

Sukrisno Agoes, Jan Hoesada. 2012. Bunga Rampai Auditing Edisi 2. Salemba Empat. Jakarta.

Susanto, Daniel. Peranan Audit Internal Terhadap Kepatuhan Manajemen Perusahaan (Study Kasus pada PT. Otto Parmaceutical Industries. Ltd). 2007 FE Universitas Wadyatama Bandung.

Swastha, Basu. 2000. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta : Penerbit Andi Yogyakarta.

Tim Pembimbing Skripsi Akuntansi UMMI. Panduan Penyusunan Skripsi. 2013. Sukabumi.

Tugiman, Hiro. 1997. Standard Professional Audit Internal. Yogyakarta: Kanisius.

Tunggal, Amin Wijaya. Audit Manajemen Kontemporer. 2000. Harvariondo, Jakarta.

Winarni, F dan G Sugiyarso. 2011. Konsep Dasar dan Siklus Akuntansi. CAPS. Yogyakarta.