

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Persaingan ketat dalam era globalisasi mendorong beberapa negara melakukan perluasan usaha untuk meraih pangsa pasar. Perusahaan merupakan suatu instansi terorganisir yang didirikan untuk mencari laba dan untuk mempertahankan kelangsungan usahanya. Untuk itu usaha yang dilakukan yakni dengan menghasilkan laba yang sebesar-besarnya. Terdapat tiga jenis perusahaan yakni, perusahaan jasa, perusahaan dagang, perusahaan manufaktur. Kelangsungan usaha dapat diwujudkan jika barang atau jasa yang ditawarkan dapat diterima dipasaran. Maka dari itu, perusahaan harus mempelajari sistem penjualan karena penjualan merupakan sumber pendapatan bagi perusahaan. Meningkatnya penjualan akan berdampak pada meningkatnya laba perusahaan sehingga perusahaan dapat melanjutkan kelangsungan usahanya.

Penjualan merupakan salah satu aspek yang penting dalam sebuah perusahaan. Aktivitas penjualan yang dilakukan perusahaan tidak hanya sekedar pekerjaan menjual barang atau jasa saja, tetapi dari awal aktivitas penjualan tersebut. Pada perusahaan jasa manufaktur, penjualan sangat penting dan menjadi salah satu roda penggerak dalam kelangsungan usaha perusahaan. Pengendalian internal penjualan ditetapkan agar kegiatan operasi berjalan dengan efektif dan efisien, dan menjamin keandalan terkait catatan laporan keuangan.

Pengendalian internal menjadi bagian dalam kegiatan pemeriksaan internal, yang dimulai dengan memahami permasalahan dan kebijakan serta bekerjasama dengan manajemen atau staf dan karyawan yang terkait, untuk mencapai tujuan manajemen secara maksimal. Manajemen sebagai pengambilan keputusan memerlukan bantuan pemeriksa internal dalam menentukan kebijakan yang tepat sesuai dengan kondisi yang ada dalam perusahaan berdasarkan analisa dan penilaian yang objektif berdasarkan atas rekomendasi atau saran yang diberikan oleh pemeriksa internal. Agar tugas-tugas pemeriksa internal dapat berjalan dengan baik, manajemen perlu terbuka dalam menjawab pertanyaan yang diajukan oleh staf pemeriksa internal sehingga staf tersebut dapat memeriksa dan mengetahui keinginan manajemen yang bertanggung jawab atas pengendalian internal tersebut.

Dengan adanya pemeriksaan dan pengawasan yang rutin dan teratur oleh staf pemeriksa intern terhadap pelaksana pengendalian internal diperusahaan maka kemungkinan terjadinya penyelewengan dan kelalaian yang disebabkan oleh manusia sebagai pelaksana pengendalian tersebut dapat ditekan semaksimal mungkin. Selainitu, pemeriksaan internal dapat membantu pimpinan perusahaan dalam pengambilan keputusan yang tepat dan diperlukan untuk menjaga agar pengendalian internal perusahaan tersebut dilaksanakan sesuai dengan kebijakan yang telah diterapkan.

Setiap perusahaan dituntut untuk siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat dengan perusahaan distributor lain untuk menghadapi globalisasi yang sering dikatakan era dunia tanpa batas. Dengan demikian lingkungan yang

dihadapi suatu perusahaan juga akan menjadi semakin kompleks. Kompleksitas persaingan yang dihadapi perusahaan tersebut akan memaksa setiap perusahaan untuk selalu berusaha meningkatkan pelayanannya terhadap konsumen.

Persaingan bisnis yang bebas ini, syarat suatu perusahaan dapat sukses dalam persaingan perusahaan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Setiap perusahaan harus dapat menyalurkan barang dan jasa yang diinginkan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Demikian pula dengan PT. Gadhiyo Sukabumi yang menjual produk indosat kartu perdana ooredoo agar mampu bersaing dengan perusahaan distributor yang menjual produk *provider* lainnya.

Pengelolaan pemasaran produk kartu perdana ooredoo yang dilakukan oleh PT. Gandhiyo Sukabumi melalui penawaran produk dengan harga yang cukup bersaing dibandingkan dengan perusahaan distributor yang lain. Namun, dikarenakan kurang tepatnya strategi promosi yang diterapkan maka penjualan produk kartu perdana ooredoo berfluktuasi bahkan cenderung mengalami penurunan. Tabel dibawah ini memperlihatkan data penjualan kartu perdana ooredoo dari tahun 2012- 2015, yaitu sebagai berikut :

**Tabel 1.1**

**Data Penjualan Kartu Perdana Ooredoo Tahun 2012-2015**

Tahun	Target Penjualan Kartu Perdana Ooredoo		Realisasi Penjualan Kartu Perdana Ooredoo	
	2012	33.600 Pcs	Rp 168.000.000	29.750 Pcs
2013	35.400 Pcs	Rp 177.000.000	34.250 Pcs	Rp 171.250.000
2014	37.200 Pcs	Rp 186.000.000	33.150 Pcs	Rp 165.750.000
2015	38.400 Pcs	Rp 192.000.000	35.125 Pcs	Rp 175.625.000
<b>TOTAL</b>	<b>145.200 Pcs</b>	<b>Rp 726.000.000</b>	<b>132.275 Pcs</b>	<b>Rp 661.375.000</b>

Sumber : Data Penjualan PT. Gandhiyo Sukabumi (Tahun 2015)

Sumber : Data Penjualan PT. Gandhiyo Sukabumi (Tahun 2015)

**Gambar 1.1**

**Grafik Penjualan Kartu Perdana Ooredoo (Tahun 2015)**

Berdasarkan data penjualan diatas, menggabarkan kartu perdaana Ooredoo yang dicapai PT. Gandhiyo Sukabumi dari tahun 2012-2015. Penjualan kartu perdana ooredoo dari tahun ketahun mengalami fluktuasi. Penjualan terendah kartu perdana ooredoo terdapat pada tahun 2012 yaitu sebesar Rp 148.750.000. sedangkan penjualan kartu perdana ooredoo tertinggi terdapat pada tahun 2015 sebesar Rp 175.625.000, namun penjualan tersebut belum mencapai target yang diharapkan. Hal ini disebabkan kerena adanya persaingan harga dengan provider lain.

Keberhasilan perusahaan menjalin hubungan dengan pelanggan, sehingga dapat bertahan dalam jangka panjang dan dapat mempertahankan hubungan

dengan pelanggan secara berkesinambungan merupakan suatu keunggulan kompetitif bagi perusahaan tersebut. Sedangkan dari pihak konsumen sendiri dituntut untuk semakin kritis dalam memilih barang kebutuhannya karena begitu banyak pilihan dipasaran. Salah satu upaya untuk mengenali keadaan konsumen yang menjadi sasaran penjualan adalah dengan mempelajari bagaimana perilaku mereka dalam memberi suatu barang atau produk tertentu. Umumnya sebelum perilaku membeli terjadi didahului oleh adanya minat atau keinginan untuk membeli yang didorong oleh suatu motif tertentu. Minat membeli antara individu yang satu dengan yang lain tidak selalu sama dan dipengaruhi oleh banyak faktor.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putry Fadhilah (2015) dengan judul skripsi “Pengaruh Audit Internal Terhadap Efektivitas Pengendalian Penjualan Tunai (Pada PT DAYAANUGRAH MANDIRI)” adanya pengaruh audit internal pada PT Daya Anugrah Mandiri. Hal ini didukung oleh kegiatan audit internal yang independen dalam melaksanakan pekerjaannya, karena diberi kebebasan untuk memasuki kegiatan penjualan yang akan diperiksa dan memperoleh akses atas dokumen yang diperlukan guna menunjang pemeriksaan.

Adapun penelitian lain yang dilakukan oleh Dolli Paulina Surupati (2013) yang berjudul “Evaluasi Penerapan Sistem Pengendalian Intern Atas Penjualan Dan Penagihan Piutang Pada PT Laris Manis Utama Cabang Manado”, dengan hasil penelitian menunjukkan pengendalian intern penjualan yang meliputi struktur organisasi, sistem otorisasi dan prosedur pencatatan, praktek yang sehat, serta karyawan yang mutunya sesuai dengan tanggung jawabnya, belum efektif jika

dibandingkan dengan teori. Sistem penagihan umumnya sudah efektif hal ini dapat dilihat dari adanya pemisahan fungsi antara piutang, penagihan piutang, penerimaan hasil penagihan dan pencatatan piutang. Adanya batas maksimum *cash on hand*, dan adanya *rolling collector* dalam melakukan penagihan.

Serta penelitian yang dilakukan oleh Dena Eka Agustina (2016) dengan judul “Pengaruh Pemeriksaan Internal (*AUDIT INTERN*) Terhadap Efektivitas Pengendalian Internal” adapun hasil penelitiannya yaitu dapat disimpulkan bahwa pemeriksaan internal (*Audit Intern*) berpengaruh secara positif signifikan terhadap Efektivitas Pengendalian Internal PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Sukabumi.

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian tersebut, maka penulis tertarik untuk menulis judul skripsi “**PENGARUH AUDIT INTERNAL DALAM MENUNJANG EFEKTIVITAS PENGENDALIAN INTERNAL PENJUALAN PT. GANDHIYO SUKABUMI**”.

## **1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Penjualan di perusahaan belum berjalan dengan baik.

2. Kurang berperannya audit internal terhadap penjualan.
3. Belum adanya pemeriksaan dan pengawasan yang rutin dan teratur oleh staf audit internal terhadap pelaksana pengendalian internal diperusahaan.
4. Adanya *fraud* dalam penjualan berupa produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen.
5. Kurang efektifnya audit internal (*audit intern*) yang dilakukan oleh auditor internal.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas maka dapat di identifikasikan masalah – masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan audit internal yang dilaksanakan oleh perusahaan ?
2. Apakah penjualan yang dilaksnakan oleh perusahaan telah dilaksanakan secara efektif ?
3. Seberapa besar pengaruh audit internal dalam menunjang efektivitas pengendalian internal penjualan ?

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui proses pelaksanaan audit internal yang dilaksanakan oleh perusahaan.

2. Untuk mengetahui seberapa jauh efektifnya pelaksanaan penjualan yang dilaksanakan oleh perusahaan.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh audit internal dalam menunjang efektivitas pengendalian internal penjualan.

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dari penelitian ini, penulis mengharapkan bahwa hasilnya dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan, yang di bagi menjadi dua kegunaan yaitu antara lain sebagai berikut:

#### **1.3.2.1 Kegunaan Teoritis**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang positif terhadap pengembangan ilmu pengetahuan terutama dalam bidang ilmu akuntansi.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan atau referensi bagi pihak-pihak yang memerlukan untuk penelitian lebih lanjut dengan menambahkan berbagai variabel yang belum diteliti penulis.

#### **1.3.2.2 Kegunaan Praktis**

##### **a. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan data dan informasi serta saran yang mungkin bermanfaat bagi perkembangan perusahaan



di masa yang akan datang.

**b. Bagi Penulis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah cakrawala pengetahuan untuk pengembangan diri di masa mendatang.

**c. Bagi Pihak Lain**

Dengan penelitian ini semoga bermanfaat untuk penelitian berikutnya sebagai bahan referensi penulisan karya ilmiah dan penelitian lebih lanjut dalam topik yang serupa.