

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Sistem Pengendalian Intern

2.1.1.1 Pengertian Sistem

Pengertian sistem menurut Mulyadi (2008:2) yaitu sekelompok unsur yang erat hubungannya satu dengan yang lainnya, yang berfungsi bersama-sama untuk mencapai tujuan tertentu. Berdasarkan definisi tersebut, dapat dirinci lebih lanjut pengertian umum mengenai sistem sebagai berikut:

1. Setiap Sistem Terdiri dari Unsur-unsur. Unsur-unsur suatu sistem terdiri dari subsistem yang lebih kecil, yang terdiri pula dari kelompok unsur yang membentuk subsistem tertentu.
2. Unsur-unsur Tersebut Merupakan Bagian Terpadu Sistem yang Bersangkutan. Unsur-unsur sistem berhubungan erat satu dengan yang lainnya dan sifat serta kerja sama antarunsur sistem tersebut mempunyai bentuk tertentu.
3. Unsur Sistem Tersebut Bekerja Sama untuk Mencapai Tujuan Tertentu. Setiap sistem mempunyai tujuan tertentu. Misalnya sistem pernafasan yang memiliki tujuan untuk menyediakan oksigen, dan pembuangan karbon dioksida dari tubuh kita bagi kepentingan kelangsungan hidup kita.

4. Suatu Sistem Merupakan Bagian dari Sistem Lain yang Lebih Besar. Sistem pernafasan kita merupakan salah satu sistem yang ada dalam tubuh kita, yang merupakan bagian dari sistem metabolisme tubuh.

Menurut Azhar Susanto (2008:22) sistem adalah kumpulan/*group* dari subsistem/bagian/komponen apapun baik fisik atau pun non fisik yang saling berhubungan satu sama lain dan bekerja sama secara harmonis untuk mencapai satu tujuan tertentu.

2.1.1.2 Pengertian Sistem Pengendalian Intern

Berikut ini akan dipaparkan beberapa pengertian pengendalian intern menurut para ahli, antara lain:

Pengertian pengendalian (*control*) menurut Azhar Susanto (2008:88) adalah: "Pengendalian (*control*) meliputi semua metode, kebijakan, dan prosedur organisasi yang menjamin keamanan harta kekayaan perusahaan, akurasi, dan kelayakan data manajemen serta standar operasi manajemen lainnya".

Pengertian pengendalian intern menurut *Committee of sponsoring organizations (COSO)* dalam buku Azhar Susanto (2008:95) adalah: "COSO menyatakan bahwa pengendalian intern meliputi dorongan yang diberikan kepada seseorang atau karyawan bagian tertentu dari organisasi atau organisasi secara keseluruhan agar berjalan sesuai dengan tujuan".

Menurut *COSO* dalam buku *Azhar Susanto* (2008:95) pengendalian intern dapat didefinisikan sebagai suatu proses yang dipengaruhi oleh dewan direksi, manajemen, dan karyawan yang dirancang untuk memberikan jaminan yang meyakinkan bahwa tujuan organisasi akan dapat dicapai melalui:

1. Efisiensi dan efektifitas operasi
2. Penyajian laporan keuangan yang dapat dipercaya
3. Ketaatan terhadap undang-undang dan aturan yang berlaku.

Definisi pengendalian internal menurut Mulyadi (2008:163) mengemukakan “Sistem pengendalian intern meliputi struktur organisasi, metode, dan ukuran-ukuran yang dikoordinasikan untuk menjaga kekayaan organisasi, mengecek ketelitian dan kendalan data akuntansi, mendorong efisiensi, dan mendorong dipatuhinya kebijakan manajemen”.

Pendapat yang sama diungkapkan oleh Nugroho Widjayanto (1985:4) sebagai berikut: “Sistem yang terjalin dalam organisasi dengan menerapkan berbagai metode dan cara atau tolok ukur lainnya dengan tujuan agar kegiatan berjalan menurut apa yang digariskan”.

Menurut tujuannya, sistem pengendalian intern dapat dibagi menjadi dua macam yaitu: pengendalian intern akuntansi (*internal accounting control*) dan pengendalian intern administratif (*internal administrative control*). Kedua jenis pengendalian tersebut selanjutnya dijelaskan sebagai berikut: (Mulyadi: 2008: 164)

1. Pengendalian intern akuntansi, meliputi struktur organisasi, metode, dan ukuran-ukuran yang dikoordinasikan terutama untuk menjaga kekayaan organisasi dan mengecek ketelitian dan keandalan data akuntansi. Pengendalian intern akuntansi yang baik akan menjamin keamanan kekayaan para investor dan kreditur yang ditanamkan dalam perusahaan dan akan menghasilkan laporan keuangan yang dapat dipercaya.
2. Pengendalian intern administratif, meliputi struktur organisasi, metode dan ukuran-ukuran yang dikoordinasikan terutama untuk mendorong efisiensi dan dipatuhinya kebijakan manajemen.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pengendalian intern dikelompokkan dalam suatu struktur yang terdiri dari prosedur dan kebijakan perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaan itu sendiri.

2.1.1.3 Tujuan Sistem Pengendalian Intern

Tujuan pengendalian intern menurut Amin Widjaya Tunggal (1995: 2) adalah sebagai berikut:

1. Menyediakan data-data yang dapat diandalkan
2. Mengamankan aktiva dan catatan perusahaan
3. Meningkatkan efisiensi operasi
4. Mendorong ditaatinya setiap kebijakan yang telah ditetapkan

Tujuan pengendalian intern tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Menyediakan data-data yang dapat diandalkan. Agar dapat menyelenggarakan operasi usahanya dengan baik manajemen harus mempunyai informasi yang akurat. Berbagai jenis informasi dibutuhkan untuk mengambil berbagai

keputusan usaha yang penting. Sebagai contoh, untuk menentukan harga jual suatu produk diperlukan informasi mengenai biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk tersebut.

2. Mengamankan aktiva dan catatan perusahaan. Apabila tidak dilindungi dengan sistem pengendalian yang memadai, aktiva perusahaan dapat dicuri, disalahgunakan, atau rusak tanpa disengaja. Demikian pula halnya dengan aktiva non-fisik seperti wesel tagih, dokumen-dokumen penting, (surat kontrak dengan pemerintah yang bersifat rahasia), dan catatan kegiatan perusahaan (seperti buku besar dan jurnal). Pengamanan terhadap aktiva dan catatan tertentu semakin bertambah penting karena masuknya sistem komputer dalam dunia usaha. Sejumlah besar informasi yang dimuat dalam media komputer, seperti pita magnetis, dapat musnah dengan mudah apabila tidak ada cara untuk pengamanannya.
3. Meningkatkan efisiensi usaha. Sistem pengendalian intern dalam suatu organisasi dimaksudkan untuk menghindarkan pengulangan kerja yang tidak perlu dan pemborosan dalam seluruh aspek usaha, serta mencegah penggunaan sumber daya secara tidak efisien (*inefficient use of resources*).
4. Mendorong ditaatinya setiap kebijakan yang telah ditetapkan. Manajemen membuat berbagai peraturan dan prosedur untuk mencapai tujuan perusahaan. Sistem pengendalian intern dimaksudkan untuk memastikan bahwa segala peraturan dan prosedur ini ditaati oleh karyawan perusahaan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tujuan adanya sistem pengendalian intern adalah untuk menjaga kekayaan perusahaan, menjamin ketelitian dan reabilitas data akuntansi, tercapainya efisiensi kerja, dan menjamin dipatuhinya kebijakan perusahaan.

2.1.1.4 Komponen Sistem Pengendalian Intern

Menurut *Arens* dan *Loebbecke* dalam buku Amin Widjaja Tunggal (1995:21), sistem pengendalian intern mencakup tiga kategori dasar kebijakan dan prosedur yang dirancang dan digunakan oleh manajemen untuk memberikan keyakinan memadai bahwa tujuan pengendalian dapat dipenuhi.

Ketiga kategori tersebut terdiri dari:

1. Lingkungan Pengendalian
Sub elemen lingkungan pengendalian terdiri dari:
 - a. Falsafah manajemen dan gaya operasi
 - b. Struktur organisasi
 - c. Komite audit
 - d. Metode untuk mengkomunikasikan pelimpahan wewenang dan tanggung jawab
 - e. Metode pengendalian manajemen
 - f. Fungsi audit intern
 - g. Kebijakan dan prosedur kepegawaian
 - h. Pengaruh ekstern
2. Sistem Akuntansi
Tujuan yang harus dipenuhi antara lain:
 - a. Keabsahan
 - b. Otorisasi
 - c. Kelengkapan
 - d. Penilaian
 - e. Klasifikasi
 - f. Tepat waktu
 - g. Posting dan pengikhtisaran

3. Prosedur Pengendalian

Kategori lingkungan pengendalian antara lain:

- a. Pemisahan tugas yang cukup
- b. Otorisasi yang pantas atas transaksi dan aktivitas
- c. Dokumen dan catatan yang memadai
- d. Pengendalian fisik atas aktiva dan catatan
- e. Pengecekan independen atas pelaksanaan

Sedangkan menurut *COSO* dalam buku Azhar Susanto (2008:96)

pengendalian intern memiliki lima komponen, antara lain:

1. Lingkungan Pengendalian
2. Penilaian Resiko
3. Pengendalian Aktivitas
4. Informasi dan Komunikasi
5. Monitoring

Komponen-komponen pengendalian intern yang telah disebutkan diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Lingkungan Pengendalian (*Control Environment*)

Lingkungan pengendalian adalah pembentukan suasana organisasi serta member kesadaran tentang perlunya pengendalian bagi suatu organisasi. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi lingkungan pengendalian:

- a. Integritas dan nilai etika
- b. Komitmen terhadap kompetensi
- c. Partisipasi dewan direksi dan tim auditor
- d. Filosofi dan gaya manajemen
- e. Struktur organisasi
- f. Pemberian wewenang dan tanggung jawab

g. Kebijakan mengenai sumber daya manusia dan penerapannya

2. Penilaian Resiko

Penilaian resiko merupakan kegiatan yang dilakukan oleh manajemen dalam mengidentifikasi dan menganalisis resiko yang menghambat perusahaan dalam mencapai tujuannya.

3. Pengendalian Aktivitas

Pengendalian aktivitas adalah kebijakan dan prosedur yang dimiliki manajemen untuk memberikan jaminan yang meyakinkan bahwa manajemen telah dijalankan sebagaimana harusnya.

4. Informasi dan Komunikasi

Komunikasi mencakup penyampaian informasi kepada semua personel yang terlibat dalam pelaporan keuangan tentang bagaimana aktivitas mereka berkaitan dengan pekerjaan orang lain, baik yang berada di dalam maupun di luar perusahaan.

5. Monitoring (Pengawasan)

Monitoring (pengawasan) merupakan proses penilaian terhadap kualitas kinerja sistem pengendalian intern.

2.1.1.5 Keterbatasan Sistem Pengendalian Intern

Dengan ditetapkannya sistem pengendalian intern, perusahaan pasti mengharapkan kesempurnaan yang mencerminkan keadaan yang ideal dan

penyelewengan ataupun penyimpangan yang terjadi dapat dihilangkan. Tetapi dalam kenyataannya tidak sedikit perusahaan yang mengalami kesulitan dalam menerapkan sistem pengendalian intern. Hal ini disebabkan adanya keterbatasan dari sistem pengendalian intern. Keterbatasan sistem pengendalian intern yang dikemukakan oleh Azhar Susanto (2008:110) antara lain:

1. Kesalahan (*Error*)
2. Kolusi (*Collusion*)
3. Penyimpangan Manajemen
4. Manfaat dan biaya

Keterbatasan-keterbatasan sistem pengendalian intern yang telah disebutkan diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Kesalahan muncul ketika karyawan melakukan pertimbangan yang salah atau perhatiannya selama bekerja terpecah.
2. Kolusi terjadi ketika dua atau lebih karyawan berkonspirasi untuk melakukan pencurian (korupsi) ditempat mereka bekerja.
3. Penyimpangan manajemen terjadi karena manajer suatu organisasi memiliki lebih banyak otoritas dibandingkan karyawan biasa, proses pengendalian efektif pada tingkat manajemen bawah, tidak efektif pada tingkat atas.
4. Biaya pengendalian intern tidak melebihi manfaat yang dihasilkan.

Pengendalian yang masuk akal adalah pengendalian yang memberikan manfaat lebih tinggi dari biaya yang dikeluarkannya untuk melakukan pengendalian tersebut.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa sistem pengendalian intern yang diterapkan dalam perusahaan tidak selalu berjalan dengan sempurna, karena sistem pengendalian intern memiliki keterbatasan yang biasanya disebabkan oleh faktor manusia dan biaya yang digunakan tidak boleh melebihi dari manfaatnya.

2.1.2 Sistem Pengendalian Intern Penjualan

Penjualan merupakan kegiatan utama dalam perusahaan yang harus diperhatikan secara serius. Dengan adanya penjualan, perusahaan akan memperoleh laba atau pendapatan untuk kelangsungan hidup perusahaan. Untuk memperoleh pendapatan yang maksimal sesuai dengan yang direncanakan, maka penjualan harus dikendalikan dengan baik. Apabila pengendalian atas aktivitas penjualan kurang baik, maka akan mempengaruhi secara langsung terhadap operasi penjualan yaitu target penjualan yang telah direncanakan tidak tercapai dan pendapatan perusahaan menurun.

2.1.2.1 Pengertian Sistem Pengendalian Intern Penjualan

Pengertian dari pengendalian intern penjualan menurut *Wilson dan Campbell* yang dialihbahasakan oleh Tjintjin Fenix Tjendera (1996:259), mengemukakan pengertian pengendalian intern penjualan sebagai berikut:

Pengendalian intern penjualan adalah kegiatan yang meliputi analisis, penelaahan, dan penelitian yang dilakukan terhadap kebijaksanaan, prosedur, metode, dan pelaksanaan kegiatan penjualan yang sesungguhnya untuk mencapai volume penjualan yang dikehendaki, dengan biaya yang wajar dan dapat menghasilkan laba kotor yang diperlukan untuk mencapai hasil pengembalian yang diharapkan atas investasi (return of investmen).

Dapat disimpulkan bahwa pengendalian intern penjualan meliputi rencana organisasi serta metode dan langkah-langkah yang terkoordinasi yang digunakan dalam suatu perusahaan. Dengan demikian, apabila metode dan tindakan yang digunakan dapat diorganisir dengan baik, maka akan menghasilkan tujuan dari sistem pengendalian intern penjualan yang baik, yaitu tujuan dari perusahaan untuk memperoleh laba akan tercapai.

2.1.2.2 Tujuan Sistem Pengendalian Intern Penjualan

Tujuan dari penerapan pengendalian intern penjualan menurut *Arens dan Loebecke* yang disadur oleh Amir Abadi Yusuf (2008:366) adalah sebagai berikut:

1. Penjualan yang dicatat adalah untuk pengiriman aktual kepada pelanggan non fiktif (keabsahan)
2. Transaksi penjualan yang ada telah dicatat (kelengkapan)
3. Penjualan yang dicatat adalah untuk jumlah barang yang dikirim dan ditagih serta dicatat dengan benar (penilaian)
4. Transaksi penjualan yang diklasifikasikan dengan pantas (klasifikasi)
5. Penjualan dicatat dalam waktu yang sesuai (ketepatan)
6. Transaksi penjualan yang dimasukkan dengan pantas dalam berkas induk dan diikhtisarkan dengan benar (posting dan pengikhtisaran).

Jelas bahwa aktivitas penjualan perlu dilindungi dari kemungkinan terjadinya penggelapan, pencurian, ataupun kesalahan pencatatan agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

2.1.2.3 Kriteria Sistem Pengendalian Intern Penjualan

Adapun persyaratan yang harus dipegang untuk menciptakan pengendalian internal penjualan menurut Nugroho Widjayanto (1985:254) adalah sebagai berikut:

1. Setiap fase penjualan harus dilaksanakan secara terpisah, dan laporan dari masing-masing fase itu diverifikasi secara terpisah.
2. Pengendalian persediaan harus dikoordinasikan dan dicek dengan kas atau piutang yang dihasilkan dari penjualan tersebut.
3. Antara dokumen pengiriman barang dan dokumen penagihan kepada pelanggan harus memiliki hubungan yang erat dan sistematis.
4. Barang-barang persediaan yang diserahkan secara konsinyasi harus memperoleh pengendalian akuntansi yang layak, dan laporan yang sistematis mengenai penjualannya harus diselenggarakan dengan baik.
5. Informasi penjualan harus diselenggarakan dengan layak.
6. Penjualan secara tunai harus mendapat perhatian dan pengendalian yang layak melalui pengamanan dan pengawasan secukupnya.
7. Retur penjualan harus ditangani sesuai dengan prosedur yang berlaku secara sistematis, dan harus dianalisa dan diselidiki penyebabnya.

Sedangkan menurut Mulyadi dalam bukunya “Pemeriksaan Akuntan” menyebutkan kriteria-kriteria dari sistem pengendalian intern penjualan yang memadai antara lain:

1. Struktur Organisasi
Dalam merancang struktur organisasi yang berkaitan dengan kegiatan penjualan, elemen pokok sistem pengendalian intern dijabarkan sebagai berikut:
 - a. Fungsi penjualan harus terpisah dari fungsi pemberi otorisasi kredit.
 - b. Fungsi pencatatan piutang harus terpisah dari fungsi penjualan dan fungsi pemberi otorisasi kredit.
 - c. Fungsi pencatatan piutang harus terpisah dari fungsi penerima kas.
 - d. Fungsi penjualan harus terpisah dari fungsi penerimaan kas.
 - e. Transaksi harus dilaksanakan oleh lebih dari satu orang atau lebih dari satu unit organisasi.
2. Sistem Otorisasi dan Prosedur Pencatatan
Dalam sistem pengendalian intern penjualan, sistem wewenang dan prosedur pencatatan diperlukan untuk mengendalikan jalannya kegiatan penjualan. Agar kegiatan penjualan berjalan dengan baik, maka diperlukan suatu sistem wewenang atas sah tidaknya suatu transaksi penjualan. Oleh karena itu kegiatan penjualan harus dilaksanakan melalui sistem dan prosedur yang telah ditetapkan termasuk sistem prosedur pencatatan atas berbagai dokumen yang harus menggambarkan adanya tindakan persiapan, pemeriksaan, dan persetujuan oleh pejabat yang berwenang. Dokumen tersebut harus didistribusikan dan diproses masing-masing bagian yang ada dalam kegiatan

penjualan dan menghasilkan berbagai informasi yang dilaksanakan. Untuk lebih jelasnya sistem otorisasi dan prosedur pencatatan dirancang sebagai berikut:

- a. Penerimaan order dari pembeli diotorisasi oleh fungsi penjualan dengan menggunakan formulir surat order pengiriman.
 - b. Persetujuan pemberian kredit diberikan oleh fungsi pemberi otorisasi kredit dengan membubuhkan tanda tangan pada kredit copy.
 - c. Pengiriman barang kepada pelanggan diotorisasi oleh fungsi pengiriman barang dengan cara menandatangani dan membubuhkan cap 'sudah dikirim' pada copy surat order pengiriman.
 - d. Penetapan harga jual, syarat penjualan, syarat pengangkutan barang, dan potongan penjualan berada ditangan direktur pemasaran dengan penerbitan surat keputusan mengenai hal tersebut.
 - e. Terjadinya piutang diotorisasi oleh fungsi penagihan dengan membubuhkan tanda tangan pada faktur penjualan.
 - f. Penerimaan order dari pembeli dalam sistem penjualan tunai diotorisasi oleh fungsi penjualan dengan menggunakan formulir faktur penjualan tunai.
 - g. Penerimaan kas diotorisasi oleh fungsi penerima kas dengan cara membubuhkan cap 'lunas' pada faktur penjualan tunai dan penempelan pita register kas pada faktur tersebut.
 - h. Penyerahan barang diotorisasi oleh fungsi pengiriman barang dengan cara membubuhkan cap 'sudah diserahkan' pada faktur penjualan tunai.
 - i. Retur penjualan diotorisasi oleh fungsi penjualan dengan membubuhkan tanda tangan otorisasi pada memo kredit.
 - j. Penghapusan piutang diotorisasi oleh direktur keuangan dengan dikeluarkannya surat keputusan direktur keuangan mengenai penghapusan piutang.
 - k. Pencatatan ke dalam catatan akuntansi harus didasarkan atas dokumen sumber yang dilampirkan dengan dokumen pendukung yang lengkap.
 - l. Pencatatan ke dalam catatan-catatan akuntansi harus dilakukan oleh karyawan yang diberi wewenang untuk itu.
3. Praktek yang sehat
- Dalam sistem pengendalian intern penjualan, praktek yang sehat dirancang sebagai berikut:
- a. Penggunaan formulir berhuruf cetak.
 - b. Jumlah kas yang diterima dari penjualan tunai disetor seluruhnya segera ke bank.
 - c. Perhitungan saldo kas yang ada di tangan fungsi penerimaan kas dilakukan secara periodik dan secara mendadak oleh fungsi pemeriksa intern.

- d. Secara periodik fungsi pencatatan piutang mengirim pernyataan piutang kepada setiap debitur untuk menguji ketelitian catatan piutang yang diselenggarakan oleh bagian tersebut.
- e. Secara periodik diadakan rekonsiliasi kartu piutang dengan rekening kontrol piutang di dalam buku besar.

4. Karyawan yang Cakap

Karyawan yang mutunya sesuai dengan tanggung jawabnya yaitu karyawan yang cakap dan yang diharapkan oleh perusahaan. Karena unsur karyawan yang cakap ini merupakan unsur yang paling penting dalam sistem pengendalian intern, maka dari itu pihak perusahaan hendaknya dapat merekrut karyawan dengan selektif melakukan penerimaan karyawan sesuai dengan kriteria yang ditetapkan dan dibutuhkan, dengan memperhatikan pengetahuan dan kecakapannya, bahwa karyawan yang ditempatkan dan yang melakukan kegiatan penjualan memahami sisten informasi akuntansi penjualan perusahaan. Untuk meningkatkan kemampuan karyawan perusahaan sebaiknya memberikan training (pelatihan) kepada setiap karyawan, dan untuk mengetahui hasil kerja setiap karyawan perlu dilakukan evaluasi dan diperlukannya perputaran jabatan untuk menjaga kualitas karyawan bagian penjualan.

(Mulyadi , 1992 : 268-275)

2.1.3 Efektivitas Penjualan

2.1.3.1 Pengertian Efektivitas

Efektivitas selalu berkaitan dengan tujuan perusahaan. Kegiatan suatu pusat pertanggungjawaban atau unit organisasi dapat dikatakan efektif sejalan dengan kontribusi yang diberikan dalam pencapaian tujuan perusahaan. Artinya, semakin besar kontribusi keluaran suatu unit organisasi terhadap pencapaian tujuan perusahaan semakin efektif kegiatan unit orgainsasi tersebut.

Efektifitas menurut Mardiasmo (2005:132) adalah sebagai berikut:

Efektivitas pada dasarnya berhubungan dengan pencapaian tujuan atau target kebijakan (hasil guna). Efektivitas merupakan hubungan antara keluaran dengan tujuan atau sasaran yang harus dicapai. Kegiatan operasional dikatakan efektif

apabila proses kegiatan mencapai tujuan dan sasaran akhir kebijakan (spending wisely).

Pengertian efektivitas menurut Syahu Sugian adalah sebagai berikut:

“*Effectiveness* (efektivitas) adalah tingkat realisasi aktivitas-aktivitas yang direncanakan dan hasil-hasil yang diraih”. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$Effectiveness = \frac{\text{Hasil yang sesungguhnya}}{\text{Hasil yang direncanakan}} \times 100\%$$

(Syahu Sugian, 2006:77)

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas, efektivitas dapat diartikan sebagai suatu keberhasilan dalam pencapaian tujuan atau target yang telah ditetapkan. Adapun kriteria untuk mengukur nilai efektivitas menurut Kepmendagri No. 690.900.327 Tahun 1994 tentang pedoman penilaian dan kinerja keuangan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.1
Kriteria Tingkat Efektivitas

Rasio efektivitas (%)	Kriteria
> 100 %	Sangat efektif
90 % - 100 %	Efektif
80 % - 90 %	Cukup efektif
60 % - 80 %	Kurang efektif
< 60 %	Tidak efektif

Sumber : Kepmendagri No. 690.900.327, depdagri

2.1.3.2 Pengertian Penjualan

Istilah penjualan sering kali tertukar dengan istilah pemasaran. Sebenarnya kedua istilah tersebut memiliki ruang lingkup yang berbeda. Pemasaran meliputi kegiatan yang luas, sedangkan penjualan hanyalah merupakan satu kegiatan saja di dalam pemasaran. Untuk lebih jelas perbedaan antara pemasaran dan penjualan, berikut dijelaskan terlebih dahulu tentang definisi pemasaran:

Pemasaran menurut *Stanton* dan *Futrell* yang dikutip oleh Basu Swastha (2009:8) adalah Sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi.

Dari definisi di atas dapat dilihat bahwa proses pemasaran dimulai jauh sejak sebelum barang-barang diproduksi, tidak dimulai pada saat produksi selesai, juga tidak berakhir dengan penjualan. Semua keputusan yang diambil di bidang pemasaran harus ditujukan untuk menentukan produk dan pasarnya, harganya, serta promosinya.

Menurut Swastha (2009:8) definisi penjualan cukup luas. Beberapa ahli menyebutnya sebagai ilmu dan beberapa ahli yang lain menyebutnya sebagai seni. Pada pokoknya, istilah menjual dapat diartikan sebagai berikut: Menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang/jasa yang ditawarkannya.

Pengertian penjualan menurut Winardi (1991:131) adalah:

Proses dimana sang penjual memastikan, mengaktivasi, dan memuaskan kebutuhan atau keinginan sang pembeli agar dicapai manfaat, baik bagi sang

penjual maupun sang pembeli yang berkelanjutan yang menguntungkan kedua pihak.

Pengertian penjualan menurut *Kothler* (2000:120) adalah sebagai berikut:

Sales is business transaction involving the delivery (the giving) of a commodity, an item merchandise of property, a right, or a service, in exchange for (the receipt of) cash, a promise to pay, or money equivalent, or for combination of these item; it is recorded and reported in terms of the amount of such cash, promise or pay, or money equivalent.

Penjualan merupakan suatu aktivitas bisnis yang menyebabkan terjadinya pemindahan hak dan kepentingan atas suatu barang atau jasa dari pihak penjual ke pihak pembeli yang disertai dengan imbalan seperti contohnya uang dari pihak pembeli kepada pihak penjual.

Definisi lain tentang penjualan dikemukakan oleh *William G. Nickels* yang dikutip oleh *Basu Swastha* (2009:10) yang menyebutnya dalam istilah penjualan tatap muka (*personal selling*).

Penjualan tatap muka adalah interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain.

Penjualan tatap muka merupakan komunikasi orang secara individual yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuan seluruh usaha pemasaran pada umumnya, yaitu meningkatkan penjualan yang dapat menghasilkan laba dengan menawarkan kebutuhan yang memuaskan kepada pasar dalam jangka panjang.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa penjualan merupakan suatu proses pertukaran barang dan/atau jasa antara penjual dan pembeli dengan harapan penjual memperoleh laba dari transaksi tersebut. Pada umumnya, seseorang menjual sesuatu akan

mendapatkan imbalan berupa uang. Dengan alat tukar berupa uang, orang akan lebih mudah memenuhi segala keinginannya, dan penjualan menjadi lebih mudah dilakukan.

2.1.3.3 Efektivitas Penjualan

Tujuan umum perusahaan dalam kegiatan penjualan adalah tercapainya efektivitas penjualan yang dapat dilihat dari tercapainya volume penjualan tertentu, tercapainya laba maksimal, dan mempertahankan atau bahkan meningkatkan volume penjualan. Agar penjualan dapat efektif, penjualan harus direncanakan dengan baik. Dalam menjalankan perencanaan penjualan yang baik, yang perlu diperhatikan adalah manajemen penjualan. Adapaun pengertian manajemen penjualan menurut *Swastha* (2009:280) dalam bukunya yang berjudul “Manajemen Penjualan” adalah sebagai berikut:

“Manajemen penjualan adalah perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program kontak tatap muka, termasuk pengalokasian. Penarikan, pemilihan, pelatihan, dan pemotivasian yang dirancang untuk mencapai tujuan perusahaan.”

Selain itu untuk mencapai penjualan yang efektif tidak hanya dilakukan oleh bagian pelaksana penjualan saja, melainkan diperlukannya kerjasama yang baik antar bagian dalam perusahaan, seperti bagian produksi, bagian personalia, bagian keuangan, bagian pemasaran, dan bagian lainnya dalam perusahaan.

Kegiatan perusahaan yang dapat menunjang tercapainya penjualan yang efektif antara lain kegiatan pemasaran, pengembangan produk, penetapan harga, dan distribusi produk. Dalam suatu perusahaan, jika pemasarannya mampu

mengidentifikasi kebutuhan masyarakat, dapat melakukan pengembangan produk dengan tepat dan penetapan harga yang wajar, dapat mendistribusikan dan mempromosikan dengan efektif, maka volume penjualan akan meningkat dan laba perusahaan yang didapat pun akan optimal.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa untuk mencapai penjualan yang efektif atau mencapai target yang telah ditentukan perlu ada perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian penjualan dengan baik.

2.1.3.4 Tujuan Penjualan

Secara umum aktivitas penjualan yang dilakukan oleh setiap perusahaan bertujuan untuk mendapatkan laba, mempertahankan bahkan berusaha meningkatkan laba untuk kelaengsan hidup perusahaan.

Menurut Basu Swastha (2009:80), tujuan penjualan bagi perusahaan adalah:

1. Mencapai volume penjualan tertentu.
2. Mencapai laba tertentu.
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Berdasarkan ketiga tujuan penjualan yang telah disebutkan diatas, dapat disimpulkan bahwa tujuan dari aktivitas penjualan adalah untuk mendapatkan laba, mempertahankan bahkan berusaha meningkatkan laba untuk kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut Winardi (1999:124), tujuan umum dari setiap perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Mencapai volume penjualan tertentu.
2. Mencapai laba maksimal dengan biaya sekecil-kecilnya.
3. Mempertahankan kelangsungan hidup terus-menerus (*going concern*).
4. Menunjang pertumbuhan perusahaan.

2.1.3.5 Prosedur Penjualan

Dalam melakukan aktivitas penjualan diperlukan suatu prosedur penjualan. Dengan adanya prosedur penjualan, maka kegiatan dalam penjualan dapat dilaksanakan berdasarkan urutan yang telah ditentukan sehingga kegiatan penjualan akan berjalan dengan lancar dan teratur.

Pada umumnya terdapat dua macam prosedur penjualan yang ada dalam suatu perusahaan, yaitu prosedur penjualan tunai dan prosedur penjualan kredit.

Menurut Mulyadi (2008:469) prosedur penjualan tunai adalah sebagai berikut:

1. Prosedur order penjualan
2. Prosedur penerimaan kas
3. Prosedur penyerahan barang
4. Prosedur pencatatan penjualan tunai
5. Prosedur penyetoran kas ke bank
6. Prosedur pencatatan penerimaan kas
7. Prosedur pencatatan harga pokok penjualan

Penjelasan dari prosedur penjualan di atas adalah sebagai berikut:

1. Prosedur order penjualan

Dalam prosedur ini fungsi penjualan menerima pesanan dari pembeli dan membuat faktur penjualan tunai untuk memungkinkan pembeli melakukan pembayaran harga barang ke fungsi kas dan untuk memungkinkan fungsi gudang dan fungsi pengiriman menyiapkan barang yang akan diserahkan kepada pembeli.

2. Prosedur penerimaan kas

Dalam prosedur ini fungsi kas menerima pembayaran harga barang dari pembeli dan memberikan tanda pembayaran (berupa pita register kas dan cap “lunas” pada faktur penjualan tunai) kepada pembeli untuk memungkinkan pembeli tersebut melakukan pengambilan barang yang dibelinya dari fungsi pengiriman.

3. Prosedur penyerahan barang

Dalam prosedur ini fungsi pengiriman menyerahkan barang kepada pembeli.

4. Prosedur pencatatan penjualan tunai

Dalam prosedur ini fungsi akuntansi melakukan pencatatan transaksi penjualan tunai dalam jurnal penjualan dan jurnal penerimaan kas. Di samping itu fungsi akuntansi juga mencatat berkurangnya persediaan barang yang dijual dalam kartu persediaan.

5. Prosedur penyetoran kas ke bank

Sistem pengendalian intern terhadap kas mengharuskan penyetoran dengan segera ke bank semua kas yang diterima pada suatu hari. Dalam prosedur ini fungsi kas menyetorkan kas yang diterima dari penjualan tunai ke bank dalam jumlah penuh.

6. Prosedur pencatatan penerimaan kas

Dalam prosedur ini, fungsi akuntansi mencatat penerimaan kas berdasar bukti setor bank yang diterima dari bank melalui fungsi kas.

7. Prosedur pencatatan harga pokok penjualan

Dalam prosedur ini, fungsi akuntansi membuat rekapitulasi harga pokok penjualan berdasarkan data yang dicatat dalam kartu persediaan. Berdasarkan rekapitulasi harga pokok penjualan ini, fungsi akuntansi membuat bukti memorial sebagai dokumen sumber untuk pencatatan harga pokok penjualan ke dalam jurnal umum.

Sedangkan prosedur penjualan kredit menurut Mulyadi (2008:209) adalah sebagai berikut:

1. Prosedur order penjualan
2. Prosedur pengiriman barang
3. Prosedur pencatatan piutang
4. Prosedur penagihan
5. Prosedur pencatatan penjualan

Penjelasan dari prosedur penjualan kredit adalah sebagai berikut:

1. Prosedur order penjualan

Dalam prosedur ini fungsi penjualan menerima order dari pembeli dan menambahkan informasi penting pada surat order dari pembeli. Fungsi penjualan kemudian membuat faktur penjualan kartu kredit dan mengirimkannya kepada berbagai fungsi yang lain untuk memungkinkan fungsi tersebut memberikan kontribusi dalam melayani order dari pembeli.

2. Prosedur pengiriman barang

Dalam prosedur ini fungsi gudang menyiapkan barang yang diperlukan oleh pembeli dan fungsi pengiriman mengirimkan barang kepada pembeli sesuai

dengan informasi yang tercantum dalam faktur penjualan kartu kredit yang diterima dari fungsi gudang. Pada saat penyerahan barang, fungsi pengiriman meminta tanda tangan penerimaan barang dari pemegang kartu kredit di atas faktur penjualan kartu kredit.

3. Prosedur pencatatan piutang

Dalam prosedur ini fungsi akuntansi mencatat tembusan penjualan kartu kredit ke dalam kartu piutang.

4. Prosedur penagihan

Dalam prosedur ini fungsi penagihan menerima faktur penjualan kartu kredit dan mengarsipkannya menurut abjad. Secara periodic fungsi penagihan membuat surat tagihan dan mengirimkannya kepada pemegang kartu kredit perusahaan, dilampiri dengan faktur penjualan kartu kredit.

5. Prosedur pencatatan penjualan

Dalam prosedur ini fungsi akuntansi mencatat transaksi penjualan kartu kredit ke dalam jurnal penjualan.

2.1.3.6 Klasifikasi Penjualan

Macam-macam klasifikasi transaksi penjualan menurut La Midjan (2001:170) adalah sebagai berikut:

1. Penjualan secara tunai.
2. Penjualan secara kredit
3. Penjualan secara tender
4. Penjualan ekspor
5. Penjualan secara konsinyasi
6. Penjualan secara grosir

Berdasarkan klasifikasi penjualan di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Penjualan secara tunai

Yaitu penjualan yang bersifat *cash and carry*, pada umumnya terjadi secara kontan. Dapat pula terjadi pembayaran selama satu bulan juga dianggap kontan.

2. Penjualan secara kredit

Yaitu penjualan dengan tenggang waktu rata-rata di atas satu bulan.

3. Penjualan secara tender

Yaitu penjualan yang dilaksanakan melalui prosedur tender untuk memenuhi permintaan pihak pembeli yang membuka tender tersebut.

4. Penjualan ekspor

Yaitu penjualan yang dilaksanakan dengan pihak pembeli luar negeri yang mengimpor barang dari suatu badan usaha dalam negeri. Biasanya penjualan ekspor memanfaatkan prosedur *Letter of Credit*.

5. Penjualan secara konsinyasi

Yaitu transaksi penjualan yang menjual barang secara “titipan” kepada pembeli yang juga sebagai penjual. Apabila barang yang dititipkan tersebut tidak laku, maka akan kembali ke penjual.

6. Penjualan secara grosir

Yaitu penjualan yang tidak langsung kepada pembeli, tetapi melalui pedagang perantara. Grosir berfungsi menjadi perantara antara pabrik atau importir dengan pedagang atau toko eceran. Pedagang grosir ini membeli barang yang

dihasilkan oleh pabrik, kemudian dijual lagi untuk mendapatkan keuntungan ke toko pengecer.

2.1.3.7 Sistem Pengendalian Intern Penjualan Dalam Hubungannya Dengan Efektivitas Penjualan

Penjualan merupakan suatu aktivitas utama dalam perusahaan yang perlu diperhatikan secara serius, karena dengan adanya penjualan ini perusahaan akan memperoleh laba untuk kelangsungan hidup perusahaan. Mengingat pentingnya aktivitas penjualan dalam perusahaan, maka diperlukan pengendalian atas penjualan dengan baik. Aktivitas penjualan harus dapat direncanakan dan dilaksanakan secara efektif dan seefisien mungkin agar laba perusahaan dapat mencapai titik optimal serta perusahaan juga dapat menangani dan mengendalikan aktivitas penjualan dengan baik sejalan dengan semakin berkembangnya perusahaan dan persaingan dalam dunia bisnis.

Berikut pernyataan dari La Midjan dan Azhar Susanto (2001:170): “Aktivitas penjualan merupakan sumber pendapatan perusahaan. Kurang dikelolanya aktivitas penjualan dengan baik, secara langsung akan merugikan perusahaan karena selain sasaran penjualan tidak tercapai juga pendapatan akan berkurang.”

Pernyataan lainnya dibuat oleh Azhar Susanto (2008:17): “Suatu perusahaan beroperasi dengan tujuan untuk mendapatkan laba. Banyak faktor yang mempengaruhi pencapaian laba tersebut diantaranya efisiensi, efektivitas, pengendalian, dan resiko.”

Berdasarkan uraian dan pernyataan-pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang erat antara pengendalian intern dengan efektivitas penjualan. Efektivitas penjualan dapat tercapai jika pengendalian intern penjualan dilaksanakan sesuai dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan oleh manajemen perusahaan, terutama yang berkaitan dengan organisasi, sistem otorisasi dan prosedur pencatatan serta praktek yang sehat. Itu berarti pengendalian intern penjualan sangat berperan terhadap efektivitas penjualan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Penjualan merupakan salah satu kegiatan terpenting dalam setiap perusahaan, karena dari penjualan ini perusahaan akan memperoleh laba setelah dikurangi biaya-biaya yang digunakan untuk kelangsungan hidup perusahaan. Aktivitas penjualan merupakan sumber pendapatan perusahaan. Kurang dikelolanya aktivitas penjualan dengan baik, secara langsung akan merugikan perusahaan karena selain sasaran penjualan tidak tercapai juga pendapatan akan berkurang.

Adapun pengertian penjualan menurut Amin Widjaya Tunggal (1996:112) adalah Pertukaran dari barang-barang dan jasa setiap entitas atau perjanjian untuk membayar kas.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa penjualan merupakan kegiatan terpenting dalam perusahaan karena perusahaan akan mendapatkan laba atau pendapatan dari penjualan. Menjual merupakan alat untuk mempengaruhi atau mengajak orang lain untuk membeli suatu barang atau jasa yang ditawarkan.

Pernyataan di atas sesuai dengan teori Basu Swasta yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa salah satu tujuan dari penjualan adalah untuk mendapatkan laba. Untuk mencapai tujuan umum penjualan tersebut, manajer penjualan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan. Faktor faktor penjualan menurut Basu Swastha (2009:129) antara lain sebagai berikut:

1. Kondisi dan Kemampuan Penjual.
2. Kondisi Pasar.
3. Modal.
4. Kondisi organisasi perusahaan.
5. Faktor-faktor lain.

Faktor-faktor penjualan yang telah disebutkan diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut, ada beberapa hal yang harus dipahami oleh penjual, antara lain: jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan, harga produk, dan syarat penjualan (seperti: pembayaran, penghantaran, pelayanan, garansi, dan sebagainya).
2. Faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah: jenis pasarnya, segmen pasarnya, daya belinya, frekuensi pembeliannya, keinginan dan kebutuhannya.
3. Modal sangat dibutuhkan dalam aktivitas penjualan, diantaranya untuk memperkenalkan produk kepada pembeli, tempat peragaan produk, dan sebagainya.

4. Pada perusahaan besar, masalah penjualan biasanya ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu/ahli di bidang penjualan.
5. Faktor-faktor lain yang mempengaruhi penjualan antara lain: periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, dan sebagainya.

Mengingat sangat pentingnya kegiatan penjualan dalam perusahaan, manajer harus dapat mengawasi kegiatan penjualan tersebut agar tidak terjadi hal-hal yang dapat merugikan perusahaan, misalnya pencurian, penyelewengan, kecurangan, dan lain-lain baik secara fisik maupun administrasi. Semakin besarnya aktivitas perusahaan maka struktur organisasinya pun akan semakin rumit, dan ruang lingkup manajemen semakin terbatas. Pada perusahaan kecil dengan karyawan yang sedikit jumlahnya dan kegiatan perusahaan yang masih terbatas, pemimpin perusahaan atau manajer perusahaan masih dapat mengawasi karyawannya secara langsung. Sedangkan pada perusahaan yang telah berkembang, dengan jumlah karyawan yang semakin banyak dan kegiatan perusahaan yang semakin kompleks, pemimpin perusahaan atau manajer perusahaan sudah tidak mungkin lagi untuk mengawasi kegiatan karyawannya dan kegiatan operasi perusahaannya secara langsung.

Karena keterbatasan manajer tersebut, sangat perlu bagi manajer perusahaan memiliki sistem dan prosedur kegiatan operasi perusahaan yang baik untuk mendelegasikan wewenang dan tanggung jawabnya. Sistem terdiri dari kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur yang dapat memberikan keyakinan kepada manajemen perusahaan bahwa tujuan perusahaan akan tercapai. Kebijakan dan

prosedur yang terdapat pada perusahaan ini seringkali disebut dengan pengendalian intern perusahaan.

Agar tujuan perusahaan dapat tercapai maka perlu adanya pengendalian yang memadai. Selain itu pengendalian yang memadai juga berfungsi untuk melindungi dan mengawasi atas keamanan aset-aset perusahaan dari penyelewengan dan kesalahan, maka dalam kegiatan penjualan tersebut perlu diterapkan suatu sistem pengendalian yang memadai, yaitu sistem pengendalian intern penjualan. Meskipun pada dasarnya tidak ada sistem yang dapat menjamin untuk benar-benar tidak terjadinya penyimpangan-penyimpangan dan kesalahan-kesalahan yang dapat merugikan perusahaan, tetapi setidaknya dengan adanya sistem pengendalian intern penjualan ini akan meminimalisir terjadinya penyimpangan dan kesalahan yang dapat merugikan perusahaan.

Dengan adanya sistem pengendalian intern penjualan tersebut, kegiatan penjualan akan lebih terkontrol dari kegiatan-kegiatan yang dapat merugikan perusahaan. Adapun tujuan pengendalian intern menurut Amin Widjaya Tunggal (1995: 2) adalah sebagai berikut:

1. Menyediakan data-data yang dapat diandalkan.
2. Mengamankan aktiva dan catatan perusahaan.
3. Meningkatkan efisiensi operasi.
4. Mendorong ditaatinya setiap kebijakan yang telah ditetapkan.

Tujuan-tujuan pengendalian intern yang telah disebutkan diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Data-data yang berasal dari setiap transaksi harus dicatat dan diotorisasi oleh pihak yang bertanggungjawab dan pada akhirnya akan memberikan laporan keuangan yang diperlukan bagi kepentingan manajemen untuk mengambil keputusan guna menjalankan kegiatan usahanya.
2. Dengan adanya sistem pengendalian intern yang terkoordinir dan pengawasan secara rutin dalam perusahaan maka akan meminimalisir terjadinya kecurangan dan penyelewengan terhadap harta perusahaan baik secara fisik maupun administrasi.
3. Pada umumnya tujuan perusahaan adalah untuk mendapatkan laba yang maksimal dengan sumber daya yang efektif dan efisien. Dengan adanya sistem pengendalian intern dalam perusahaan akan menghindari pekerjaan-pekerjaan berganda yang tidak perlu, mencegah pemborosan terhadap semua aspek usaha termasuk pencegahan terhadap penggunaan sumber-sumber dana yang tidak efektif dan efisien.
4. Manajemen perusahaan telah menyusun prosedur dan peraturan untuk mencapai tujuan perusahaan. Sistem pengendalian intern memberikan jaminan akan ditaatinya prosedur dan peraturan tersebut oleh perusahaan.

Untuk mengetahui apakah sistem pengendalian intern penjualan yang terdapat pada perusahaan sudah memadai, manajemen perusahaan harus mengetahui kriteria-kriteria dari sistem pengendalian intern penjualan tersebut. Berikut ini kriteria-kriteria dari sistem pengendalian intern penjualan antara lain:

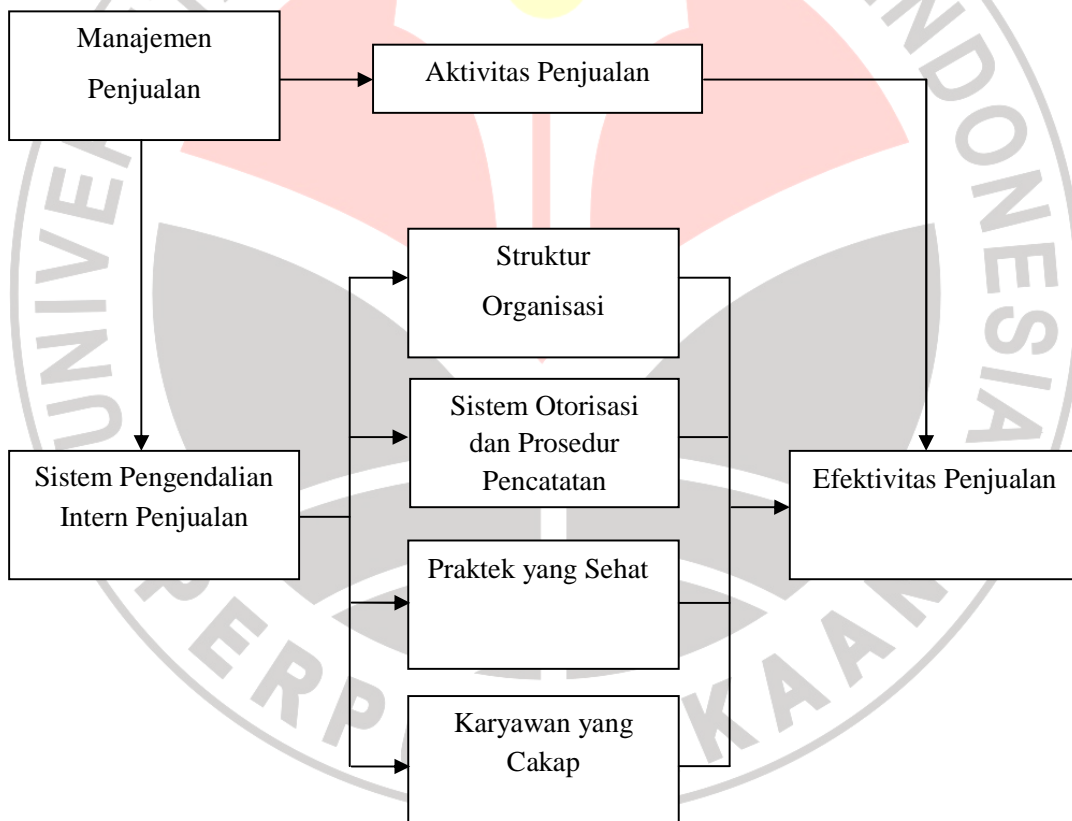
1. Pada struktur organisasi sudah terdapat pembagian tugas yang jelas, dan terdapat pemisahan fungsi akuntansi penjualan dengan fungsi penyimpanan dan pencatatan.
2. Setiap karyawan bagian penjualan sudah mengetahui batasan wewenang dan tanggung jawabnya serta diperlukannya sistem otorisasi dalam transaksi keuangan.
3. Pembagian tanggung jawab fungsional dan sistem wewenang dan prosedur pencatatan yang telah ditetapkan tidak akan terlaksana dengan baik jika tidak diciptakan cara-cara untuk menjamin praktek yang sehat dalam pelaksanaannya. Adapun cara-caranya terdapat dalam landasan teori.
4. Karyawan yang cakap merupakan elemen yang paling penting dalam sistem pengendalian intern. Karena bagaimanapun baiknya struktur organisasi, sistem otorisasi dan prosedur pencatatan, serta berbagai cara yang diciptakan untuk mendorong praktek yang sehat, semuanya tergantung kepada manusia yang melaksanakannya. Karyawan yang cakap dan ahli dalam bidang yang menjadi tanggung jawabnya akan dapat melaksanakan pekerjaannya dengan efektif dan efisien.

Dengan demikian, jika sistem pengendalian intern atas penjualan dapat dilaksanakan secara optimal dengan memperhatikan keempat kriteria di atas, maka target penjualan akan tercapai.

Triandi dan Jahja dalam jurnalnya (2007:131) mengatakan bahwa :

Setiap perusahaan harus memiliki suatu pengendalian intern yang baik dalam setiap kegiatan operasinya. Pengendalian intern diperlukan dalam setiap perusahaan dalam upaya untuk mengamankan harta perusahaan dari praktek kecurangan, meningkatkan efisiensi dan efektivitas kegiatan operasi perusahaan, kehandalan dalam data akuntansi yang berguna untuk dapat mengendalikan kegiatan usahanya terutama dalam kegiatan penjualan.

Berdasarkan uraian diatas, dapat digambarkan secara skematik sebagai berikut:



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

Sedangkan hubungan variabelnya dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.2

Hubungan Variabel

2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2009:64) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Berdasarkan uraian di atas penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut: “Sistem pengendalian intern penjualan berpengaruh terhadap efektivitas penjualan di PT. Agronesia Divisi Makanan Dan Minuman (BMC) Bandung”.