

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dunia usaha saat ini telah berkembang sangat pesat baik sektor industri, perdagangan, maupun jasa. Perusahaan-perusahaan kecil akan tumbuh dan berkembang menjadi perusahaan besar dengan aktivitas dan permasalahan yang semakin kompleks. Pada perusahaan kecil pemilik atau pimpinan perusahaan dapat mengawasi secara langsung kegiatan perusahaan dengan dibantu beberapa orang saja, sedangkan perusahaan yang telah berkembang maka pimpinan perusahaan harus dapat menyesuaikan keadaan tersebut, karena dalam keadaan demikian seorang pimpinan tidak akan mampu lagi mengawasi semua kegiatan perusahaan yang dipimpinnya secara langsung. Hal tersebut disebabkan semakin luasnya lingkup pengawasan yang harus dilaksanakannya dan juga karena adanya keterbatasan kemampuan seorang pimpinan perusahaan. Hal ini yang mengharuskan seorang pimpinan perusahaan memiliki sistem dan prosedur kegiatan operasi yang baik untuk mendelegasikan sebagian wewenang pada bawahannya yang disertai batas-batas wewenang dan kewajiban.

Salah satu aktivitas usaha perusahaan adalah penjualan, yang merupakan bagian penting bagi setiap kegiatan usaha. Penjualan dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan karena dari penjualan ini perusahaan akan mendapatkan laba yang dapat digunakan untuk kelangsungan hidup perusahaan, selain itu penjualan yang maksimal dapat menjadi ukuran keberhasilan perusahaan

dalam melaksanakan kegiatan usaha. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari La Midjan dan Azhar Susanto (2001:170): "Aktivitas penjualan merupakan sumber pendapatan perusahaan."

Penjualan merupakan proses yang dilakukan oleh penjual untuk memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapai manfaat baik bagi sang penjual maupun sang pembeli yang berkelanjutan dan yang menguntungkan kedua belah pihak (Winardi: 1991:131)

Setiap perusahaan pasti memiliki target penjualan, ini sebagai motivasi perusahaan khususnya bagian penjualan untuk terus meningkatkan hasil penjualan sehingga target penjualan dapat tercapai. Ada kalanya dalam menjalankan kegiatan penjualan target penjualan yang telah direncanakan oleh manajemen tidak dapat tercapai sepenuhnya, atau belum direalisasikan dengan maksimal. Sehingga dapat dikatakan penjualan perusahaan belum efektif. Sebaliknya, jika target penjualan dapat direalisasikan dengan optimal maka penjualan perusahaan dapat dikatakan efektif. Efektivitas dapat diukur dengan membandingkan target penjualan dengan realisasi penjualan. Adapun kriteria-kriteria efektivitas tersebut adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.1**

**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*

PT. Agronesia Divisi Makanan Dan Minuman atau *Bandoengsche Melk Centrale* (BMC) merupakan salah satu perusahaan daerah industri Provinsi Daerah Tingkat I Jawa Barat, yang memproduksi susu dan produk turunannya untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari kebutuhan masyarakat Bandung.

Salah satu aktivitas perusahaan ini adalah kegiatan penjualan susu dan produk turunannya yang hanya dipasarkan untuk konsumen dalam negeri. PT. Agronesia Divisi Makanan Dan Minuman (BMC) memiliki produk yang berkualitas dan harga yang terjangkau, sehingga banyak masyarakat khususnya masyarakat Bandung yang mengkonsumsi produk ini. Selain ke masyarakat umum, produk ini dijual ke restoran dan perusahaan-perusahaan di Indonesia.

Untuk melihat efektivitas penjualan di PT. Agronesia Divisi Makanan dan Minuman (BMC), peneliti akan membandingkan realisasi penjualan dengan target penjualan yang telah direncanakan oleh manajemen. Berikut gambaran efektivitas penjualan pada PT. Agronesia Divisi Makanan dan Minuman (BMC) pada tahun 2010:

**Tabel 1.2**

**Efektivitas Penjualan**

**PT. Agronesia Divisi Makanan dan Minuman (BMC)**

**Tahun 2010**

No	Bulan	Realisasi	Anggaran	Rasio R/A x 100%
1	Januari	1.493.206.488	1.604.916.111	93,04%
2	Februari	1.365.935.695	1.504.618.692	90,78%
3	Maret	1.471.407.166	1.604.814.660	91,69%

4	April	1.657.933.392	1.909.364.766	86,83%
5	Mei	1.737.257.761	1.889.243.134	91,96%
6	Juni	1.743.580.602	1.759.120.970	99,12%
7	Juli	1.980.129.803	2.009.263.315	98,55%
8	Agustus	1.489.250.785	1.614.936.292	92,22%
9	September	1.578.690.303	1.757.089.713	89,85%
10	Oktober	1.625.320.286	1.755.058.456	92,61%
11	November	1.624.787.339	1.760.940.848	92,27%
12	Desember	1.795.970.146	1.915.709.599	93,75%
	Jumlah	19.563.469.766	21.085.076.558	92,78%

*Sumber: Data PT. Agronesia Divisi Makanan dan Minuman (BMC) Bandung*

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa realisasi penjualan pada PT. Agronesia Divisi Makanan dan Minuman (BMC) Bandung bervariasi, tetapi masih dalam rentang yang tidak terlalu jauh. Berdasarkan kriteria yang sudah diungkapkan sebelumnya dapat diketahui bahwa penjualan selama tahun 2010 hampir seluruhnya mencapai tingkat efektif, hanya beberapa bulan saja yang penjualannya cukup efektif yaitu bulan April dan September.

Realisasi penjualan pada PT. Agronesia Divisi Makanan dan Minuman (BMC) selama tahun 2010 mencapai Rp. 19.563.469.766,- sedangkan jumlah penjualan yang dianggarkan dalam Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan yang selanjutnya disingkat RKAP sebesar Rp. 21.085.076.558,-. Hal tersebut menunjukkan bahwa penjualan tahun 2010 baru mencapai target 92,78% dari anggaran atau 7,22% masih di bawah target penjualan. Jika dilihat dari kriteria tingkat efektivitas, bahwasannya hasil 92,78 % termasuk kriteria efektif. Peneliti menjadikan hasil tersebut sebagai fenomena yang menarik untuk diteliti. Karena dalam penelitian ini peneliti ingin membuktikan hasil pencapaian efektivitas

dalam penjualan di PT. Agronesia divisi Makanan dan Minuman (BMC) berdasarkan sistem pengendalian intern penjualan.

Target penjualan yang telah direncanakan oleh manajemen seharusnya dapat tercapai agar penjualan perusahaan efektif. Apabila efektivitas penjualan dapat tercapai, maka perusahaan akan mendapatkan laba yang optimal yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk kelangsungan hidup perusahaan dan perkembangan perusahaan. Sebaliknya, jika efektivitas penjualan tidak tercapai dalam artian target penjualan belum direalisasikan sepenuhnya maka akan mempengaruhi laba yang diperoleh oleh perusahaan. Semakin tidak efektifnya hasil penjualan maka semakin sedikit pula laba yang diperoleh perusahaan, bahkan perusahaan akan mengalami kerugian sehingga perusahaan akan bangkrut atau tidak dapat beroperasi lagi.

Salah satu faktor agar efektivitas penjualan dapat tercapai adalah terdapatnya sistem pengendalian intern penjualan dalam perusahaan. Mengingat pentingnya kegiatan penjualan dalam perusahaan, maka akan sangat diperlukan adanya suatu pengendalian yang baik atas kegiatan penjualan. Kemungkinan terjadi penyimpangan yang timbul dari kegiatan penjualan sangat besar. Apabila pengelolaan kegiatan penjualan kurang baik, maka secara langsung akan merugikan perusahaan karena sasaran penjualan tidak tercapai dan mengakibatkan pendapatan perusahaan berkurang.

Untuk mengawasi kegiatan-kegiatan yang terjadi di dalam perusahaan, khususnya kegiatan penjualan diperlukan suatu pengendalian intern yang dapat memberikan informasi yang akurat dan dapat dipercaya. Pengendalian intern

merupakan suatu cara untuk mengarahkan, mengawasi, dan mengamankan sumber daya dalam perusahaan. Tetapi tidak dipungkiri dengan adanya pengendalian intern dalam perusahaan tidak dapat mencegah terjadinya pemborosan, pengelewengan, penggelapan terhadap sumber daya secara keseluruhan tetapi paling tidak dapat meminimalisir terjadinya pemborosan, penyelewengan, penggelapan terhadap sumber daya dalam perusahaan.

Menurut *Mulyadi* (2008:163) pengendalian intern meliputi struktur organisasi, metode, dan ukuran-ukuran yang dikoordinasikan untuk menjaga kekayaan organisasi, mengecek ketelitian dan keandalan data akuntansi, mendorong efisiensi, dan mendorong dipatuhinya kebijakan manajemen.

Untuk mencapai penjualan yang efektif yaitu yang dapat dilihat dari tercapainya target-target penjualan dan tercapainya laba yang telah ditentukan, perusahaan harus dapat mengelola penjualan dengan baik. Hal tersebut sesuai dengan 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 secara penjualan tidak tercapai juga pendapatan juga akan berkurang.”

Berdasarkan uraian diatas, peneliti menduga adanya pengaruh pengendalian intern terhadap efektivitas penjualan, dan peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh dalam bentuk skripsi dan mengambil penelitian di lingkungan kerja PT. Agronesia Divisi Makanan dan Minuman (BMC) di Jl. Aceh No. 30

Bandung dengan judul: ***“PENGARUH SISTEM PENGENDALIAN INTERN PENJUALAN TERHADAP EFEKTIVITAS PENJUALAN”***.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, permasalahan-permasalahan yang akan diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Apakah sistem pengendalian intern penjualan yang dilakukan oleh PT. Agronesia Divisi Makanan dan Minuman (BMC) Bandung telah memadai.
2. Bagaimana keadaan efektivitas penjualan pada PT. Agronesia Divisi Makanan dan Minuman (BMC) Bandung.
3. Bagaimana pengaruh sistem pengendalian intern penjualan pada PT. Agronesia Divisi Makanan dan Minuman (BMC) Bandung terhadap efektivitas penjualan.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kememadain sistem pengendalian intern penjualan yang dilakukan oleh PT. Agronesia Divisi Makanan dan Minuman (BMC) Bandung.
2. Untuk mengetahui keadaan efektivitas penjualan PT. Agronesia Divisi Makanan dan Minuman (BMC) Bandung.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sistem pengendalian intern penjualan pada PT. Agronesia Divisi Makanan dan Minuman (BMC) Bandung terhadap efektivitas penjualan.

#### 1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi semua pihak baik secara teoritis maupun secara empiris.

##### 1. Kegunaan teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti tentang ilmu di bidang pengendalian intern khususnya pengaruhnya terhadap efektivitas penjualan. Bagi peneliti lain hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi untuk melakukan penelitian selanjutnya.

##### 2. Kegunaan empiris

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi perusahaan yang menjadi objek penelitian dalam hal pengendalian intern yang dapat meningkatkan efektivitas penjualan perusahaan sesuai dengan target penjualan.