

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perusahaan saat ini semakin pesat. Era saat ini mendorong banyak perusahaan untuk semakin memperluas usahanya dengan meraih pangsa pasar. Hal ini, mendorong terjadinya persaingan ketat antar perusahaan. Perusahaan banyak melakukan usaha untuk mencapai tujuannya itu. Perusahaan harus tetap berusaha mempertahankan kelangsungan usahanya dimasa yang akan datang. Usaha yang dilakukan pasti memiliki kemampuan untuk menghasilkan *profit* (keuntungan). Perusahaan yang didirikan ada dua macam, yaitu bidang barang dan jasa. Tentu saja kelangsungan usaha ini dapat terwujud jika barang dan jasa yang ditawarkan dapat diterima dipasaran dan dapat menarik pangsa pasar. Oleh karena itu, penting untuk perusahaan mempelajari sistem penjualan, karena penjualan merupakan sumber penghasilan bagi perusahaan.

Menurut Winardi (2005: 26) penjualan ialah berkumpulnya seorang pembeli dan penjual dengan tujuan melaksanakan tukar menukar barang dan jasa berdasarkan pertimbangan yang berharga misalnya pertimbangan uang. Sedangkan menurut Mulyadi (2010: 163) bahwa penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang dan jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut dan

penjualan dapat diartikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang dan jasa dari pihak penjual ke pembeli.

Pelaksanaan aktivitas penjualan tidak hanya sekedar pekerjaan menjual saja, tetapi adalah dari awal bagaimana aktivitas penjualan tersebut dapat tercatat baik, bagaimana memperoleh konsumen, kemudian mengadakan pemesanan sampai barang tersebut diterima oleh konsumen dengan puas tanpa adanya keluhan dari konsumen. Mengingat pentingnya kegiatan penjualan dalam perusahaan, maka perlu diperhatikan bagaimana kewajaran penjualan dalam perusahaan tersebut.

Menurut Abdul Halim (2008: 73) Wajar dalam auditing berarti bebas dari keraguan-keraguan dan ketidakjujuran serta lengkap informasinya dengan demikian suatu laporan keuangan yang wajar dapat ditafsirkan bahwa laporan keuangan tersebut bebas dari keraguan-keraguan dan ketidakjujuran serta lengkap informasinya. Sedangkan tujuan menyeluruh audit penjualan menurut Dan M. Guy (2003: 55) adalah untuk menentukan bahwa penjualan yang dilaporkan dalam laba rugi telah disajikan secara layak sesuai dengan prinsip akuntansi yang diterima umum. Sehingga dalam perusahaan diperlukan adanya suatu pengendalian yang baik atas kegiatan penjualan. Kemungkinan terjadi penyimpangan yang timbul dari kegiatan penjualan sangat besar seperti kesalahan, pemborosan, penyelewengan, penggelapan terhadap sumber daya perusahaan. Apabila kegiatan penjualan kurang baik, maka secara langsung akan merugikan perusahaan karena akan berimbas pada perolehan laba,

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, penyelewengan, penggelapan terhadap sumber daya secara keseluruhan tetapi paling tidak dapat meminimalisir terjadinya pemborosan, penyelewengan, penggelapan terhadap sumber daya dalam perusahaan.

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 Mulyadi (2010: 163) Sistem Pengendalian intern adalah 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. Pengendalian intern akan sangat berguna dalam menjaga harta milik

perusahaan memeriksa kebenaran, dan ketelitian data akuntansi, meningkatkan efisiensi dalam operasi dan membantu manajer menjaga agar tidak ada penyimpangan kebijakan manajemen yang telah ditetapkan.

Pengendalian intern terdiri atas beberapa komponen. Komponen pengendalian intern menurut COSO yang dikutip oleh Arens et al., (2003: 401) adalah sebagai berikut: 1) Lingkungan pengendalian (*control environment*) suasana organisasi yang mempengaruhi kesadaran penguasaan dari seluruh pegawainya. 2) Penaksiran resiko (*risk assessment*), adalah proses mengidentifikasi dan menilai resiko-resiko yang dihadapi dalam mencapai tujuan. 3) Aktivitas pengendalian (*control activities*), adalah kebijakan dan prosedur yang harus ditetapkan untuk meyakinkan manajemen bahwa semua arahan telah dilaksanakan. 4) Informasi dan komunikasi (*information and communication*), dua elemen yang dapat membantu manajemen melaksanakan tanggungjawabnya. 5) Pemantauan (*monitoring*), suatu proses penilaian sepanjang waktu atas kualitas pelaksanaan pengendalian internal dan dilakukan perbaikan jika dianggap perlu.

Adanya pengendalian intern yang baik dan teratur dalam mengelola penjualan, maka pimpinan perusahaan akan memperoleh laporan-laporan yang bermanfaat untuk meningkatkan efektivitas perusahaan, juga membantu dalam kebijakan keputusan maupun pertanggungjawaban dalam memimpin perusahaan. Pengendalian intern atas penjualan diharapkan dapat menciptakan aktivitas pengendalian terhadap perusahaan yang efektif.

Pengendalian intern terdiri atas kebijakan dan prosedur yang digunakan dalam operasi perusahaan untuk menyediakan informasi yang handal serta menjamin dipatuhinya hukum dan peraturan yang berlaku. Pengendalian intern suatu perusahaan mutlak diperlukan bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan (Bangun Kristanto, 2016: 4).

Penelitian ini pernah dilakukan oleh Ariadharma (2015) dengan judul Pengaruh sistem pengendalian intern Penjualan terhadap efektivitas penjualan: Studi kasus pt. Inti (Persero) Bandung, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh dari sistem pengendalian intern penjualan terhadap efektivitas penjualan pada PT. INTI (Persero), dengan pengaruh sebesar 69,22% sedangkan sisanya sebesar 30,78% merupakan pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti.

Penelitian lain pun dilakukan oleh Kriswanto (2011) dengan judul evaluasi sistem pengendalian intern atas penjualan kredit, piutang dan penerimaan kas pada PT. Equipindo Perkasa cabang Jakarta, berdasarkan hasil penelitian bahwa sistem pengendalian intern pada perusahaan ini masih terdapat kelemahan pada lingkungan pengendalian internal, yaitu pada struktur organisasi perusahaan dan dalam wewenang dan tanggungjawab.

Kristanto juga melakukan penelitian dengan judul evaluasi penerapan sistem pengendalian intern penjualan pada perusahaan Cv. Pajang Jaya Surakarta, dengan hasil penelitian bahwa sistem pengendalian intern penjualan pada perusahaan sudah cukup efektif dan sudah diterapkannya

lingkungan pengendalian, taksiran resiko, aktivitas pengendalian, informasi, pemantauan dan struktur organisasi.

Sedangkan penelitian Ema (2015) Pengaruh pengendalian intern terhadap efektivitas penjualan pada PT. Harja Sukses Makmur menunjukkan bahwa masing-masing variabel pengendalian intern terdiri dari lingkungan pengendalian, penilaian resiko, informasi dan komunikasi, aktivitas pengendalian, pemantauan mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap efektivitas penjualan perusahaan

Berdasarkan penjelasan dan hasil dari penelitian terdahulu yang telah dibahas diatas, maka penelitian ini dilakukan pada PT. Garuda Antarnusa Raya Gorontalo yang berlokasi di Jalan Prof. Hb Yasin Limba U Kota Selatan Provinsi Gorontalo, merupakan perusahaan yang bergerak dalam usaha pelayanan produk elektronik dan furniture. Barang elektronik yang dipasarkan seperti Televisi, Kulkas, Air Condisioner (AC), dan barang elektronik lainnya, sedangkan untuk produk furniture menyediakan kursi tamu, tempat tidur, lemari, meja makan dan lain-lain. Untuk meningkatkan volume penjualannya, perusahaan mengambil kebijakan dengan tidak hanya melakukan penjualan secara tunai, tetapi juga dengan penjualan kredit. Penjualan tunai dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mewajibkan pembeli melakukan pembayaran harga terlebih dahulu sebelum barang diserahkan oleh perusahaan kepada pembeli. Penjualan secara kredit dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mengirimkan barang sesuai dengan order yang

diterima dari pembeli dan untuk jangka waktu tertentu perusahaan harus menagih kepada pembeli tersebut (Horngren, 2006:120).

Berdasarkan fenomena penjualan yang terjadi pada PT. Garuda Antarnusa Raya Gorontalo bahwa belum adanya pemisahan tugas dan tanggungjawab antara yang melakukan penyerahan barang, penagihan dan melakukan pencatatan, sehingga terkadang kolektor menyetor hasil tagihan selang beberapa hari kemudian. Dan terdapat beberapa keluhan dari pelanggan bahwa barang tidak segera dikirim, padahal kolektor sudah meminta uang angsuran dan biaya pengiriman. Adanya perbedaan antara jumlah tagihan yang dibayar dengan penyetoran pelanggan, sehingga terdapat selisih dalam faktur dari perusahaan dengan jumlah yang dibayarkan pelanggan. Terjadinya selisih tersebut karena kesalahan dari karyawan perusahaan yang dimana kesalahan penetapan harga yang diberikan sales kepada pelanggan, dikarenakan informasi tentang perubahan harga yang ditetapkan direktur belum diketahui oleh sales sehingga sales menggunakan harga lama ketika melakukan *deal* dengan pelanggan. Hal tersebut mengakibatkan kerugian bagi perusahaan, karena pada saat proses penagihan jumlah harga yang seharusnya dibayarkan oleh pelanggan tidak sesuai dengan harga awal yang ditawarkan kepada pelanggan. Dan adanya ketidaksesuaian antar standara operasional prosedur yang ada dengan kebijakan yang diambil pimpinan, akibatnya pada saat ada selisih bayar pada sistem penjualan pimpinan harus melakukan evaluasi secara manual untuk

menemukan penyebab terjadinya selisih bayar pada sistem tersebut agar dapat disinkronkan kembali. Untuk menghindari setiap permasalahan yang ada maka diperlukan sistem pengendalian intern yang melibatkan semua pihak dan tentunya ingin mencapai tujuan bersama. Karena pada hakikatnya tujuan dari semua perusahaan adalah untuk meningkatkan pendapatan sebagai tongkat bertahannya suatu perusahaan.

Berdasarkan fenomena diatas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh dan mengambil penelitian di lingkungan kerja PT. Garuda Antarnusa Raya Gorontalo dengan judul “PENGARUH SISTEM PENGENDALIAN INTERN PENJUALAN TERHADAP KEWAJARAN PENJUALAN PADA PT. GARUDA ANTARNUSA RAYA GORONTALO.”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini yakni:

1. Belum adanya pemisahan tugas dan tanggungjawab antara yang melakukan penyerahan barang, penagihan dan melakukan pencatatan.
2. Adanya keluhan dari pelanggan bahwa barang tidak segera dikirim
3. Adanya perbedaan antara jumlah tagihan yang dibayar dengan penyeteroran pelanggan.
4. Ketidaksesuaian antar standar operasional prosedur yang ada dengan kebijakan yang diambil pimpinan

1.3 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana tingkat sistem pengendalian Intern penjualan pada PT. Garuda Antarnusa Raya Gorontalo
2. Seberapa besar pengaruh sistem pengendalian intern penjualan yang meliputi lingkungan pengendalian penjualan (X1), penaksiran resiko penjualan (X2), aktivitas pengendalian penjualan (X3), informasi dan komunikasi penjualan (X4), pemantauan penjualan (X5) secara simultan berpengaruh terhadap kewajaran penjualan (Y) pada PT. Garuda Antarnusa Raya Gorontalo.
3. Seberapa besar pengaruh sistem pengendalian intern penjualan yang meliputi lingkungan pengendalian penjualan (X1), penaksiran resiko penjualan (X2), aktivitas pengendalian penjualan (X3), informasi dan komunikasi penjualan (X4), pemantauan penjualan (X5) secara persial berpengaruh terhadap kewajaran penjualan (Y) pada PT. Garuda Antarnusa Raya Gorontalo.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat sistem pengendalian intern penjualan pada PT. Garuda Antarnusa Raya Gorontalo

2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh sistem pengendalian intern penjualan yang meliputi lingkungan pengendalian penjualan (X1), penaksiran resiko penjualan (X2), aktivitas pengendalian penjualan (X3), informasi dan komunikasi penjualan (X4), pemantauan penjualan (X5) secara simultan terhadap kewajaran penjualan (Y) pada PT. Garuda Antarnusa Raya Gorontalo.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh sistem pengendalian intern penjualan yang meliputi lingkungan pengendalian penjualan (X1), penaksiran resiko penjualan (X2), aktivitas pengendalian penjualan (X3), informasi dan komunikasi penjualan (X4), pemantauan penjualan (X5) secara persial terhadap kewajaran penjualan (Y) pada PT. Garuda Antarnusa Raya Gorontalo.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk pengembangan ilmu auditing, khususnya menyangkut pengaruh sistem pengendalian intern penjualan.
2. Sebagai bahan studi lanjutan yang relevan, sebagai perbandingan penemuan-penemuan peneliti terdahulu dan bahan kajian menambah pengetahuan tentang bagaimana pengaruh sistem pengendalian intern penjualan terhadap kewajaran penjualan

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Memberikan masukan atau sumbangsih pemikiran yang bermanfaat dalam meningkatkan pengendalian intern perusahaan terhadap kewajaran penjualan PT. Garuda Antarnusa Raya Gorontalo seperti pengaruh untuk setiap variabel sistem pengendalian intern penjualan yakni lingkungan pengendalian intern penjualan, penaksiran resiko penjualan, efektifitas pengendalian penjualan, informasi dan komunikasi penjualan, pemantauan penjualan.
2. Menjadi input dalam pengembangan penelitian-penelitian lanjutan dalam rangka mengaktualisasikan Tri Darma Perguruan Tinggi.