

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam memasuki era perdagangan bebas, persaingan perdagangan semakin dinamis dan mengalami perkembangan di segala bidang usaha yang menyebabkan persaingan antara perusahaan semakin ketat dan semakin kompetitif. Pelaku bisnis dituntut untuk bisa mengikuti perkembangan zaman dan meningkatkan kualitas pelayanan serta produk yang dihasilkan agar mampu bertahan dalam dunia persaingan. Apabila perusahaan tidak mampu bertahan dalam persaingan dan perkembangan zaman, maka hal ini bisa menjadi suatu ancaman yang harus diperhatikan bagi perusahaan.

Salah satu unsur terpenting dalam pendapatan perusahaan adalah penjualan. Penjualan merupakan suatu usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang kebutuhan yang telah dihasilkan kepada mereka yang memerlukan dengan uang menurut harga yang ditentukan atas kepuasan bersama (Sutanto dalam Fitrianiingsih 2009:38) .

Untuk menghasilkan penjualan yang signifikan, suatu perusahaan harus merancang target untuk memperoleh apa yang telah ditetapkan. Target adalah kegiatan menentukan pasar sasaran, yaitu tindakan memilih satu atau lebih segmen untuk dilayani (Ali Hasan 2010:191). Setelah melakukan kegiatan

penjualan, perusahaan akan melakukan realisasi dengan apa yang telah ditetapkan sesuai ketentuan sasaran. Realisasi dalam hal ini adalah tindakan nyata atau adanya pergerakan atau perubahan dari rencana yang sudah dibuat atau dikerjakan (Ali Hasan 2010:239)

Keberhasilan suatu perusahaan dalam mendapatkan keuntungan yang maksimal tidak terlepas dari tuntutan untuk lebih efektif, efisien serta konsistensi dalam melakukan kegiatan operasional dimana hal tersebut harus dipenuhi, apabila pemborosan dan penyimpangan-penyimpangan yang kurang efektif dan efisien tidak dapat ditekan hal ini jelas berpengaruh terhadap penjualan yang merupakan ujung tombak perusahaan untuk dapat meningkatkan efektivitas, efisiensi dan ekonomi perusahaan. Perusahaan yang memiliki fungsi penjualan secara khusus dalam hal kegiatan menjual atau memasarkan produknya perlu diadakan evaluasi atas fungsi penjualan untuk mencegah atau mendeteksi sebelum permasalahan tersebut terjadi, sehingga tercipta suatu program pemasaran yang baik sesuai dengan rencana dan anggaran yang telah dibuat dan sistem penjualan yang baik pula.

Audit pemasaran merupakan bagian pengendalian internal yang mengaudit operasional perusahaan. Menurut Mulyadi 2015, pengendalian internal meliputi struktur organisasi, metode dan ukuran yang dikoordinasikan untuk menjaga kekayaan organisasi, mengecek ketelitian dan keandalan data akuntansi, mendorong efisiensi dan mendorong dipatuhinya kebijakan manajemen. Maka dari itu salah satu bentuk pengendalian internal yaitu dalam

bentuk audit. Disinilah peranan audit operasional diperlukan dan diharapkan dapat memberikan jawaban dari permasalahan yang terjadi

Menurut Agoes (2012:158) mengemukakan audit operasional merupakan suatu pemeriksaan terhadap kegiatan operasi mulai dari kebijakan akuntansi dan kebijakan operasional yang telah ditentukan oleh manajemen untuk mengetahui apakah kegiatan tersebut sudah dilakukan secara efektif, efisien dan ekonomis. Tujuan diadakannya audit operasional untuk mengidentifikasi suatu kegiatan, program dan aktivitas yang masih memerlukan perbaikan, sehingga dari rekomendasi yang diberikan nantinya dapat mencapai perbaikan atas pengelolaan berbagai kegiatan dan aktivitas perusahaan.

PT. Surya Mandiri Distribusi yang bergerak di bidang distributor bahan pangan berupa minyak goreng Hemar terbesar di wilayah Blitar termasuk badan usaha swasta yang dikelola dan bekerjasama untuk membentuk badan usaha yang menyalurkan salah satu produk dari PT Bina Karya Prima yaitu Minyak Goreng Hemar yang bertempat di kecamatan Talun Kabupaten Blitar Jawa Timur. Dalam melaksanakan usahanya PT Surya Mandiri Distribusi mengimplementasikannya dengan melakukan pengiriman barang dagang. Berdasarkan informasi yang diperoleh pada observasi awal di perusahaan, terdapat beberapa masalah pada PT. Surya Mandiri Distribusi. Permasalahan yang terjadi yaitu (1) terjadinya kenaikan dan penurunan realisasi penjualan.

Masalah-masalah yang terjadi diatas mengakibatkan terkendalanya penjualan dalam hal efektivitas. Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik

untuk melakukan penelitian di PT Surya Mandiri Distribusi. Hal ini diharapkan dapat memberikan masukan dan evaluasi kegiatan operasional serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas perusahaan dalam meningkatkan penjualan. Untuk itu penulis mengambil judul **“Audit Operasional Untuk Menilai Efektivitas Penjualan Pada Perusahaan Distributor Minyak Goreng PT. Surya Mandiri Distribusi”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pelaksanaan audit operasional atas penjualan pada PT. Surya Mandiri Distribusi ?
2. Bagaimana audit operasional untuk menilai efektivitas penjualan ?

C. Tujuan

1. Untuk mengetahui pelaksanaan audit operasional yang dilaksanakan oleh perusahaan
2. Untuk mengetahui besarnya peran audit operasional untuk menilai efektivitas penjualan

D. Manfaat

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat diperoleh manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Universitas

Dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan, untuk penelitian selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan tentang peranan audit operasional dalam perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Bagi pihak PT Surya Mandiri Distribusi sendiri dapat melakukan evaluasi terhadap kinerja karyawan berdasarkan hasil audit operasional dan melakukan perbaikan kinerja untuk meningkatkan efektivitas penjualan.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dengan terjun langsung ke lapangan dan memberikan pengalaman belajar yang menumbuhkan kemampuan dan keterampilan meneliti serta pengetahuan yang lebih mendalam terutama pada bidang yang dikaji, serta menambah pengetahuan dalam bidang audit operasional.

E. Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini menjelaskan mengenai teori-teori yang mendukung dalam proses penyusunan penelitian ini. Berisi mengenai definisi-definisi dan teori-teori yang menjadi dasar dalam penulisan penelitian yang diambil dari berbagai sumber.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang pendekatan penelitian serta membahas jenis dan sumber data, prosedur pengumpulan data, dan teknik analisis.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum subyek penelitian, deskripsi data hasil penelitian dan pembahasan.

Bab V Penutup

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran penelitian Audit Operasional Untuk Menilai Efektivitas Penjualan Pada PT. Surya Mandiri Distribusi

