

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi di era globalisasi saat ini perusahaan industri, jasa, dan perdagangan harus memperluas pangsa pasar untuk meningkatkan efektivitas penjualan di tengah persaingan yang mulai ketat. Hal tersebut dapat mempengaruhi tingkat persaingan antar perusahaan dan menyebabkan perusahaan semakin terpacu untuk terus dapat meningkatkan kualitas perusahaan dalam meningkatkan kinerja yang mampu mendorong perusahaan menyebabkan adanya peningkatan dalam aktivitas yang ditangani oleh perusahaan, salah satunya efektivitas penjualan. Perusahaan harus bekerja seoptimal mungkin agar mampu meningkatkan efektivitas penjualan, yang pada akhirnya akan meningkatkan laba perusahaan sehingga kelangsungan hidup perusahaan dapat dipertahankan.

Dalam menunjang keberhasilan perusahaan maka perusahaan memerlukan pengendalian yang efektif untuk mengendalikan efektivitas penjualan. Efektivitas penjualan bergantung kepada pemanfaatan anggaran khususnya anggaran penjualan yang pada waktu penyusunan harus dapat melihat banyak faktor-faktor yang berhubungan dengan aktivitas penjualan. Anggaran disusun agar manajemen dapat melaksanakan tujuan yang telah ditetapkan perusahaan dapat dicapai dengan sebaik mungkin.

Tujuan utama perusahaan pada umumnya adalah untuk mendapatkan laba yang optimal dengan mengeluarkan biaya yang wajar. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka diperlukan pengelolaan yang efektif terhadap seluruh aspek kegiatan perusahaan, sehingga penjualan yang dihasilkan dapat diserap pasar dengan jumlah besar dan harga yang sesuai di tengah persaingan yang semakin ketat, demi terjaminnya kelangsungan hidup, dan mengembangkan perusahaan. Laba maksimal dicapai dengan memaksimalkan aktivitas penjualan. Dalam hal ini, pengawasan sangat diperlukan dan hal ini bisa ditunjang apabila pengendalian internnya berjalan dengan efektif dan efisien.

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 operasi penjualan yaitu target penjualan yang telah direncanakan tidak tercapai dan pendapatan perusahaan menurun.

Untuk menentukan tingkat efektivitas keberhasilan seseorang, kelompok, organisasi bahkan sampai kepada negara kita harus melakukan perbandingan antara kebenaran, ketepatan dengan kekeliruan atau yang dilakukan. Semakin rendah tingkat kekeliruan dan kesalahan yang terjadi, tentunya akan semakin mendekati ketepatan dalam pelaksanaan setiap aktivitas pekerjaan (tugas) yang dibebankan setiap orang menurut Makmur (2011:5).

Efektifitas penjualan dapat berjalan dengan baik jika seorang pimpinan atau manajemen mengawasi seluruh kegiatan perusahaan. Mengingat terbatasnya

pengawasan di beberapa sub bagian dalam kegiatan penjualan maka perusahaan memerlukan sistem dan pengawasan yang dibuat untuk memudahkan dalam melaksanakan kegiatan penjualan. Demikian dengan adanya Audit Internal dan Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Penjualan yang digunakan sebagai alat untuk mengkoordinasikan informasi yang akurat dan pasti contohnya informasi persediaan, penjualan, keuangan dan lain-lain yang dikoordinasikan beberapa sub bagian dalam aktivitas penjualan yang dapat membantu perkembangan perusahaan menjadi lebih baik.

Hubungan antara Efektivitas Penjualan dengan Audit Internal adalah Suatu proses yang dijalankan oleh dewan komisaris, manajemen dan personel lain yang didesain untuk memberikan keyakinan yang memadai tentang pencapaian tiga golongan ini: a) Keandalan informasi keuangan, b) Efektivitas dan efisiensi operasi penjualan, c) Kepatuhan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku, menurut IAPI (Institut Akuntan Publik Indonesia) (2015:319,2). Aktivitas penjualan dalam pelaksanaannya tidak akan terlepas dari kegiatan pengendalian apabila manajemen perusahaan benar-benar menginginkan suatu pendapatan yang diharapkan. Dalam kaitannya dengan pengendalian atas penjualan, manajemen memerlukan adanya laporan-laporan untuk menganalisis aktivitas tersebut yang mengungkapkan penyimpangan-penyimpangan dari tujuan, standar atau kriteria yang ditetapkan agar segera diambil suatu tindakan perhatian.

Internal audit (pemeriksaan intern) adalah pemeriksaan yang dilakukan oleh bagian internal audit perusahaan, terhadap laporan keuangan dan catatan akuntansi perusahaan maupun ketaatan terhadap kebijakan manajemen puncak

yang telah ditentukan dan ketaatan terhadap peraturan pemerintah dan ketentuan-ketentuan dari ikatan profesi yang berlaku menurut Sukrisno Agoes (2012:204). Peraturan pemerintah misalnya peraturan di bidang perpajakan, pasar modal, lingkungan hidup, perbankan, perindustrian, investasi dan lain-lain.

Posisi Auditor Internal di Badan Usaha Milik Negara (BUMN) diatur dalam Undang-undang No.19 Tahun 2003 tentang BUMN. Dalam isinya menyebutkan bahwa setiap perusahaan BUMN wajib memiliki unit Satuan Pengawas Intern (SPI) atau Auditor Internal dalam struktur organisasinya yang merupakan aparat pengawas intern perusahaan. Pada banyak perusahaan, audit internal biasa disebut dengan Satuan Pengawas Intern (SPI). Perusahaan-perusahaan BUMN dituntut untuk bersaing dipasar bisnis dan mengakibatkan auditor internal untuk lebih siap dalam menghadapi berbagai tantangan perusahaan untuk menghadapi pasar bisnis dunia.

Hubungan antara Efektivitas Penjualan dengan Kualitas Sistem Akuntansi Informasi Penjualan adalah kerangka kerja dalam sumber daya manusia, alat, metode dan kesemuanya itu dikoordinasikan untuk mengolah data penjualan menjadi informasi penjualan yang berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkannya menurut Azhar Susanto (2013:5). Efektivitas penjualan dapat tercapai jika kualitas sistem informasi akuntansi penjualan dilaksanakan sesuai dengan sistem pengolahan data yang terintegrasi dan harmonisasi antara komponen-komponen sistem informasi akuntansi untuk menghasilkan informasi keuangan dan informasi lain kepada pihak yang menurut Azhar Susanto (2013:16).

Suatu sistem informasi yang mengorganisasikan serangkaian prosedur dan metode yang dirancang untuk menghasilkan, menganalisa, menyebarkan dan memperoleh informasi guna mendukung pengambilan keputusan mengenai penjualan menurut Mulyadi (2010:205).

Di dalam sebuah perusahaan haruslah menerapkan audit internal dan kualitas sistem informasi akuntansi penjualan, karena adanya audit setiap perusahaan akan meminimalisir kecurangan dalam hal keuangan dan pelaporan keuangan perusahaan atau untuk mengontrol kinerja karyawan, perusahaan membutuhkan auditor untuk melakukan audit pada perusahaan tersebut, terutama bagi pemilik perusahaan yang jarang mengendalikan perusahaan secara langsung, pasti dia sangat membutuhkan audit internal untuk menjaga perusahaannya dari kecurangan oleh karyawannya atau pihak-pihak lain, walaupun tidak menjamin 100% tidak ada kecurangan, tetapi dengan adanya audit internal akan meminimalisir atau mendeteksi kecurangan. Dan dengan adanya kualitas sistem akuntansi penjualan yang memadai akan dapat menyajikan kualitas sistem informasi akuntansi penjualan yang efektif yang diperlukan oleh pimpinan dan para manager dalam pengambilan keputusan. Kualitas Sistem informasi Akuntansi Penjualan yang diterapkan harus dapat menciptakan suatu pengendalian intern yang baik adanya aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan.

Seperti halnya fenomena yang berkaitan dengan audit internal dan kualitas sistem informasi akuntansi penjualan pada Perusahaan PT KAI (Persero). Terobosan yang digagas PT Kereta Api Indonesia (KAI) dalam membenahan sistem penjualan tiket dari cara konvensional (pembelian langsung di loket) ke

komputerisasi (online) ternyata tak berjalan mulus. Niat baik untuk mempermudah konsumen serta memberantas praktik percaloan tiket yang kerap terjadi menjelang arus mudik dan arus balik Lebaran malah menjadi bumerang bagi PT KAI sebagai operator, maupun Kementerian Perhubungan (Kemenhub) selaku regulator.

Minimnya sosialisasi kepada konsumen serta faktor infrastruktur yang kurang memadai justru menjadi catatan tersendiri dalam implementasi penjualan tiket kereta untuk angkutan Lebaran, yang tahun ini dijual secara online. Pasalnya, tiket kereta reguler maupun kereta khusus Lebaran, baik untuk kelas eksekutif, bisnis, maupun ekonomi, kini telah ludes terjual hanya dalam hitungan menit sejak layanan penjualan via online dibuka.

Sistem penjualan tiket online yang dilakukan serentak malah menyebabkan banyak konsumen tidak mendapatkan tiket karena harus berebutan dengan konsumen lainnya melalui internet. Parahnya, kapasitas penumpang yang hanya 1-2 juta kursi harus diperebutkan sekitar 10 juta orang yang mengakses pembelian tiket melalui online. Dalam kasus ini, bisa dipastikan calon konsumen kelas ekonomi yang rata-rata belum melek internet menjadi korban dalam penjualan tiket secara online.

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) menduga, ada praktik mafia dalam penjualan tiket kereta Lebaran tersebut. “Ini pasti ada patgulipat karena penjualan baru dibuka, tapi dalam beberapa menit tiket kereta mudik

maupun balik hampir merata langsung habis. Ini rasanya tidak mungkin," tutur Pengurus Harian YLKI, Tulus Abadi, ketika dikonfirmasi SH, baru-baru ini.

Menurut Tulus, pada prinsipnya, YLKI sebenarnya mendukung layanan penjualan tiket online yang dinilainya sebagai inovasi dari sisi pelayanan. "Soal mekanisme online, saya sepakat. Tapi, kan tidak semua konsumen melek internet. Karena itu, jangan semua tiket dijual online. Tetap harus ada yang konvensional. Ini melanggar hak-hak konsumen," ujarnya.

YLKI, ia melanjutkan, dalam beberapa hari terakhir banyak menerima keluhan pengguna jasa kereta atas kesulitan mereservasi tiket perjalanan jarak jauh melalui pemesanan online. Ini karena koneksi sering terhambat. Parahnya, saat reservasi online bisa diakses, kuota tiket ternyata telah ludes dipesan para pengguna jasa angkutan yang kerap menjadi primadona masyarakat.

Terkait kasus ini, YLKI mendesak regulator segera mengaudit sistem penjualan online tiket dari PT KAI karena dicurigai ada permainan. "Bukan tidak mungkin ada yang bermain di dalam, misalnya praktik percaloan yang selama ini cukup marak dan meresahkan," ucapnya.

Ia beranggapan, praktik percaloan tiket sudah berubah bentuk karena tak lagi didominasi perorangan, namun beralih kepada calo terorganisasi, yakni perusahaan-perusahaan agen perjalanan. Praktik calo tiket ini makin banyak saat hari raya karena berapa pun harganya tidak menjadi masalah bagi pemudik, asal mendapatkan tiket. "Calo individual memang sudah berkurang, tapi sepertinya bergeser ke calo yang lebih besar," ujar Tulus.

Direktur Sumber Daya Manusia dan Teknologi Informasi PT KAI, Kuncoro Wibowo mengaku, sistem penjualan tiket online yang dilakukan PT KAI memang masih banyak kekurangan. Besarnya animo calon penumpang dalam mengakses pembelian tiket secara online membuat infrastruktur website mereka sempat terganggu.

PT KAI, ia melanjutkan, juga mendeteksi ada kecurangan yang dilakukan calon pengguna jasa kereta saat memesan tiket secara online. Ia berpandangan, beragamnya alat komunikasi yang terkoneksi internet ternyata bisa dimanfaatkan guna mencurangi sesama. Ini misalnya, pada saat yang bersamaan, diduga kuat ada pihak yang mengakses reservasi online melalui berbagai perangkat yang berbeda, seperti laptop, tablet, dan ponsel. "Mereka berhasil memesan tiket perjalanan, namun si pemesan menggunakan identitas yang berbeda-beda, tapi memasukkan nomor telepon yang sama. Tujuannya sudah jelas, ingin memesan tiket sebanyak-banyaknya," tuturnya.

Karena itulah, pihaknya tidak menoleransi praktik semacam itu sehingga identitas sang pemesan masuk daftar hitam PT KAI. Secara otomatis, pemesanan online yang dilakukan akan diblok sistem informasi PT KAI.

Menyikapi kasus ini, pengamat perkeretaapian dari Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), Taufik Hidayat menilai, upaya peningkatan layanan penjualan tiket via online oleh KAI sesungguhnya positif. Sebagai perusahaan jasa, PT KAI berupaya memberikan pelayanan yang terbaik kepada pengguna jasa. Namun, dalam kasus ludesnya penjualan tiket untuk edisi Lebaran,

seharusnya ini menjadi pelajaran bagi PT KAI agar ke depannya bisa menjual tiket secara bertahap.

Persoalan yang signifikan lainnya, tingginya permintaan penumpang moda kereta hanya terjadi saat peak season Lebaran ataupun akhir minggu. "Ini hanya terjadi di Indonesia, yakni tren mudik Lebaran. Jadi, dalam satu waktu tertentu masyarakat dalam jumlah besar melakukan mobilitas bersama-sama. Sementara itu, kapasitas armada (supply) tidak mampu mengimbangi permintaan penumpang (demand). Tak pelak, tidak semua penumpang bisa terfasilitasi mudik dengan kereta," tuturnya.

Kepala Humas PT KAI, Sugeng Priono mengatakan, pihaknya tidak mungkin mengakomodasi seluruh masyarakat yang ingin naik kereta sebagai angkutan Lebaran. Karena itu, KAI menjual tiket lebaran mulai H-90 dengan harapan, masyarakat dapat berpikir lebih guna mempersiapkan perjalanannya saat mudik. "Ini kan waktunya sangat panjang. Jadi, calon penumpang bisa mengatur waktunya, apakah dipercepat, pulang kampung lebih awal, atau justru dimundurkan," ujarnya.

Menurutnya, sejak 19 April, PT KAI telah membuka penjualan tiket. Penumpang diarahkan membeli tiket melalui website atau agen penjualan yang telah ditunjuk, seperti Indomaret, Alfamart, Alfamidi, Alfa Ekspres, Lawson, Seven Eleven, Kantor Pos, dan Tiki.

Adapun layanan online ticketing juga tersedia melalui website Tiket.keretaapi.go.id, tiket.com, juga aplikasi Blackberry. "Intinya, kami

mengarahkan ke online semua. Ini untuk memudahkan masyarakat sehingga tidak perlu datang dan antri lama di stasiun,” ucapnya.

Sugeng mengungkapkan, moda kereta selalu diburu masyarakat saat mudik karena nyaman, aman, dan perjalanan tidak ada hambatan. Karena itu, tiket cepat habis, apalagi dengan akan beroperasinya jalur ganda kereta lintas utara yang membuat kereta tidak perlu lagi antri di persilangan. Karena itu, frekuensi akan lebih maksimal dan perjalanan jauh lebih lancar dibandingkan sebelumnya.

Namun demikian, menurut Sugeng, tetap harus realistis karena sebenarnya jumlah armada kereta yang ada terbatas. "Jumlah kereta penumpang tidak banyak. Kami hanya memaksimalkan rangkaian kereta reguler. Jadi, memang mesti frekuensi perjalanan berpotensi bertambah, tapi kereta yang digunakan ya itu-itu saja. Mungkin, kami upayakan penambahan rangkaian, misalnya, satu rangkaian terdapat enam kereta, Kami tambahkan satu unit lagi dengan catatan, keretanya ada," ujarnya.

Terlepas dari niat baik PT KAI memperbaiki sistem penjualan tiket kereta di Indonesia, hak-hak konsumen untuk tetap mendapatkan layanan jasa kereta secara murah juga harus menjadi prioritas.

Dari uraian fenomena di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa pentingnya audit internal dan kualitas sistem informasi akuntansi penjualan, serta bagaimana sebaiknya perusahaan melaksanakan tanggung jawabnya terhadap operasi perusahaan baik dengan positif maupun negatif yang ditimbulkan.

Dilihat oleh beberapa jurnal dan penelitian sebelumnya yang diantaranya oleh:

1. Yuda Praditha (2015) yang berjudul “Pengaruh Audit Internal Terhadap Efektivitas Pengendalian Internal dan Operasi Penjualan Pada PT POS Indonesia (Persero).”
2. Suci Rachmawati (2013), yang berjudul “Pengaruh Sistem Akuntansi Penjualan Terhadap Efektivitas Pengendalian Piutang pada PT. Permata Finance Samarinda.”
3. Agustina Dwi Lestari (2015) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Kualitas Sistem Informasi Akuntansi dan Pengetahuan Akuntansi Terhadap Kualitas Informasi Akuntansi.”

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis melakukan analisis dan penelitian untuk membahas hal tersebut dalam skripsi dengan judul “Pengaruh Audit Internal dan Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Terhadap Efektivitas Penjualan Studi pada 3 Perusahaan Sektor Jasa BUMN di Kota Bandung”.

Untuk mengetahui seberapa pengaruh audit internal dan kualitas sistem informasi akuntansi penjualan terhadap efektivitas penjualan dalam hal ini adalah:

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan tersebut, maka dapat diidentifikasi permasalahannya yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Audit Internal pada 3 Perusahaan BUMN Sektor Jasa yang ada di Kota Bandung.
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Penjualan pada 3 Perusahaan BUMN Sektor Jasa yang ada di Kota Bandung.
3. Bagaimana pengaruh Efektivitas Penjualan pada 3 Perusahaan BUMN Sektor Jasa yang ada di Kota Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh Audit Internal terhadap Efektivitas Penjualan pada 3 Perusahaan BUMN Sektor Jasa yang ada di Kota Bandung.
5. Seberapa besar pengaruh Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Penjualan terhadap Efektivitas Penjualan pada 3 Perusahaan BUMN Sektor Jasa yang ada di Kota Bandung.
6. Seberapa besar pengaruh Audit Internal dan Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Penjualan terhadap Efektivitas Penjualan pada 3 Perusahaan BUMN Sektor Jasa yang ada di Kota Bandung.

1.3 Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data sebagai bahan analisis dalam penyusunan skripsi ini, yang selanjutnya akan dipergunakan sebagai salah satu syarat dalam menempuh ujian sidang sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Akuntansi Universitas Pasundan. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh audit internal pada 3 Perusahaan BUMN Sektor Jasa yang ada di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas sistem informasi akuntansi penjualan pada 3 BUMN Perusahaan Sektor Jasa yang ada di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh efektivitas penjualan pada 3 Perusahaan BUMN Sektor Jasa yang ada di Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui pengaruh besar pengaruh audit internal terhadap efektivitas penjualan di 3 Perusahaan BUMN Sektor Jasa yang ada di Kota Bandung.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas sistem informasi akuntansi penjualan terhadap efektivitas penjualan di 3 Perusahaan BUMN Sektor Jasa yang ada di Kota Bandung.
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh audit internal dan kualitas sistem informasi akuntansi penjualan terhadap efektivitas penjualan di 3 Perusahaan BUMN Sektor Jasa yang ada di Kota Bandung .

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Dapat mengetahui secara nyata penerapan audit internal dan kualitas sistem informasi akuntansi penjualan dalam hal penjualan secara nyata sesuai dengan dunia kerja sekarang.
2. Untuk mengetahui fungsi auditor internal dan kualitas sistem informasi akuntansi penjualan terhadap penjualan yang sebenarnya, sehingga tidak salah dalam penetapan penjualan dan tidak menyalahgunakannya.
3. Penulis berharap dengan adanya penelitian ini, bisa memberikan informasi kepada para akademisi tentang cara-cara atau manfaat dari penerapan audit internal dan kualitas sistem informasi akuntansi penjualan terhadap efektivitas penjualan.

1.4.2 Kegunaan Praktisi

1. Bagi praktis dengan adanya penelitian ini, penulis mengharapkan praktis bisa mengetahui dengan lebih baik tentang audit internal dan kualitas sistem informasi akuntansi penjualan tentang efektivitas penjualan.
2. Kegunaan lain yang diharapkan oleh penulis adalah dengan dilakukannya penelitian ini penulis berharap, profesi auditor internal dan prosedur-prosedur tidak dianggap sebelah mata oleh para praktis.
3. Diharapkan penelitian yang dilakukan penulis bisa memberikan informasi kepada para praktis tentang manfaat dilakukannya audit internal dan kualitas sistem informasi akuntansi penjualan terhadap efektivitas penjualan.

1.5 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian di 3 Perusahaan BUMN

Sektor Jasa yang ada di Kota Bandung yaitu sebagai berikut :

Nama Perusahaan	Alamat
PT Kereta Api Indonesia (Persero)	Jl. Perintis Kemerdekaan No.1, Babakan Ciamis, Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat.
PT PLN (Persero)	Jl. W.R. Supratman No.58, Cihapit, Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat.
PT INTI (Persero)	Jl. Moh. Toha No.77 Cigereleng Regol Bandung Jawa Barat, Cigereleng, Regol, Kota Bandung, Jawa Barat.