

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada umumnya perusahaan ingin mencapai tujuan perusahaan yaitu keberhasilan dalam menjalankan usaha. Keberhasilan yang dimaksud dalam hal dapat bertahan hidup, memperoleh laba dan dapat terus berkembang¹. Untuk dapat mencapai semua tujuan ini, maka sangat penting bagi perusahaan untuk memikirkan masalah penjualan bagi produknya. Masalah penjualan merupakan masalah yang sangat kompleks dan juga kegiatan penjualan menjadi masalah yang sangat vital bagi perusahaan. Bagaimanapun baik dan terorganisirnya kegiatan yang lain, tidak akan ada artinya bila perusahaan tidak mampu memasarkan atau menjual barang atau jasa yang dihasilkannya.

Penjualan produk merupakan salah satu aktivitas perusahaan untuk memperoleh laba. Untuk dapat memasarkan produknya dengan sukses, perusahaan harus menggunakan konsep pemasaran yang baik yaitu melayani pelanggan sehingga dapat memuaskan mereka tetapi perusahaan dapat pula memperoleh laba yang diharapkan. Tentu saja untuk memasarkan produk tersebut membutuhkan biaya. Ditinjau dari kegiatan pemasaran, biaya pemasaran meliputi semua biaya dalam rangka menyelenggarakan kegiatan pemasaran yaitu²:

¹ Barnes M.C et.al, *Organisasi Perusahaan: Teori Dan Praktek*, terjemahan Bambang Kusriyanto, Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Manajemen, Jakarta, 1991, hal 73.

² R.A. Supriyono, *Akuntansi Biaya: Perencanaan Dan Pengendalian Biaya Serta Pembuatan Keputusan*, Edisi II, BPFE, Yogyakarta, 1987, hal 201.

- Biaya untuk memperoleh atau menimbulkan pesanan (*Order acquiring cost* atau *Order getting cost*) yang meliputi semua biaya yang terjadi dalam rangka untuk mencari atau menimbulkan pesanan dari pembeli kepada perusahaan.
- Biaya untuk melayani atau memenuhi pesanan (*Order filling cost*) yang meliputi semua biaya yang terjadi dalam rangka memenuhi atau melayani pesanan dari pembeli.

Dalam hal ini manajemen perusahaan bertanggung jawab bukan hanya dalam kegiatan penjualan yang akan merujuk pada besarnya omset yang didapat perusahaan saja, tapi juga bertanggung jawab terhadap harga yang dapat mendatangkan keuntungan bagi perusahaan.

Namun untuk mencapai usaha tersebut tidaklah mudah, karena manajemen sebagai pengelola perusahaan dewasa ini menghadapi keadaan ekonomi yang tidak menentu. Di samping itu, ada masalah-masalah intern lainnya yang menyebabkan kegiatan operasional perusahaan sering tidak sesuai dengan tujuan yang telah digariskan yaitu: sumber daya yang dipakai secara tidak efisien dan tidak efektif sehingga menyebabkan faktor laba yang merupakan salah satu tujuan perusahaan yang tidak tercapai. Agar tujuan perusahaan dapat tercapai, maka produk yang dihasilkan perusahaan harus dapat terjual atau dibeli konsumen akhir dengan harga yang mendatangkan keuntungan bagi perusahaan.

Untuk dapat mengevaluasi sampai sejauh mana sasaran yang telah ditetapkan dapat dicapai dengan efektif, manajemen memerlukan alat bantu yaitu Pemeriksaan Kinerja (*Performance Audit*).

Pemeriksaan kinerja adalah suatu proses pemeriksaan secara sistematis yang dilaksanakan oleh pemeriksa independen untuk mendapatkan dan mengevaluasi bukti secara obyektif atas prosedur dan kegiatan manajemen³. Pemeriksaan ini akan menghasilkan informasi bagi manajemen mengenai masalah dan penyimpangan yang terjadi dalam pelaksanaan operasi perusahaan, sehingga manajemen dapat melakukan perbaikan untuk mencapai tingkat operasi yang lebih efektif dan efisien.

Pemeriksaan kinerja berorientasi pada pencapaian efektivitas kegiatan manajemen. Sedangkan tujuan pemeriksaan kinerja adalah membantu semua tujuan manajemen dalam meningkatkan perencanaan dan pengendalian manajemen dengan cara mengidentifikasi aspek-aspek sistem dan prosedur serta rekomendasi kepada manajemen untuk meningkatkan efektivitas⁴. Hasil pemeriksaan kinerja berupa laporan hasil pemeriksaan yang berisi informasi mengenai temuan-temuan ketidakefektifan aktivitas perusahaan yang diperiksa serta rekomendasi yang diperlukan⁵. Pemeriksaan kinerja ini dapat dipandang sebagai suatu bentuk kritik membangun disertai dengan pemberian rekomendasi.

³ R.A. Supriyono, *Pemeriksaan Manajemen Dan Pengawasan Pemerintahan Indonesia*, Edisi I, BPFE, Yogyakarta, hal 11

⁴ *Ibid* hal 13.

⁵ Nugroho Widjayanto, *Pemeriksaan Operasional Perusahaan*, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia 1985, hal 11.

Standar dalam pemeriksaan kinerja berbeda dengan standar pemeriksaan laporan keuangan. Jika pemeriksaan laporan keuangan menggunakan prinsip akuntansi yang berlaku umum sebagai standar, maka dalam pemeriksaan manajemen dapat berasal dari dua sumber yaitu⁶: dari perusahaan sendiri dan dari lingkungan industri tempat perusahaan beroperasi. Standar dari perusahaan dapat terdiri dari sarana, tujuan, anggaran, ataupun catatan kegiatan masa lalu, serta berbagai kebijaksanaan, prosedur dan peraturan. Sedangkan standar dari lingkungan industri mencakup rata-rata industri dan praktik-praktik usaha yang lazim.

Agar perusahaan dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan, manajemen perlu melakukan pemeriksaan secara teratur terhadap kebijaksanaan penjualannya. Dengan adanya pemeriksaan manajemen maka jika terdapat masalah yang menghambat atau diperkirakan akan menghambat pencapaian tujuan perusahaan akan dapat diatasi.

Berdasarkan uraian di atas, dilakukan penelitian di PT. Sharp Yasonta Antarnusa Cabang Yogyakarta sebagai obyek penelitian dan akan dijadikan sebagai bahan penulisan skripsi dengan judul: PENILAIAN KINERJA FUNGSI PENJUALAN PADA PT. SHARP YASONTA ANTARNUSA CABANG YOGYAKARTA.

⁶ R.A.Supriyono, *Pemeriksaan Manajemen Dan Pengawasan Pemerintahan Indonesia*, Edisi I, hal 16.

1.2 Perumusan Masalah

Pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

Apakah fungsi penjualan pada PT. SHARP YASONTA ANTARNUSA CABANG YOGYAKARTA telah dilaksanakan efektif?

1.3 Batasan Masalah

Supaya pembahasan masalah tetap pada kerangka pemikiran maka permasalahan yang ada perlu dibatasi. Batasan-batasan masalah tersebut adalah sebagai berikut :

Pemeriksaan Kinerja hanya dilakukan pada bagian pelaksanaan kegiatan penjualan PT. Sharp Yasonta Antarnusa Cabang Yogyakarta. Data yang digunakan diambil dari data anggaran penjualan, realisasi penjualan, dan volume penjualan pada fungsi penjualan. Pemeriksaan dilakukan hanya pada penjualan yang terjadi dalam tahun 2005, yang akan digunakan sebagai dasar pengukuran prestasi penjualan.

1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah fungsi penjualan di PT. Sharp Yasonta Antarnusa Cabang Yogyakarta telah dilaksanakan secara efektif.

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi manajemen dalam usahanya untuk meningkatkan efektivitas dari fungsi penjualan perusahaan.

2. Bagi penulis

- a. Penulis dapat menerapkan teori pemeriksaan kinerja yang diperoleh di bangku kuliah dengan melakukan proses pemeriksaan kinerja di perusahaan.
- b. Memenuhi persyaratan yang diperlukan untuk menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai bahan acuan untuk penelitian lebih lanjut atau untuk keperluan lain.

1.5. Metodologi Penelitian

1.5.1 Obyek Penelitian

Obyek penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah PT. Sharp Yasonta Antarnusa Cabang Yogyakarta, yang berlokasi di Jl. Gowongan Kidul No. 36 Yogyakarta.

1.5.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menggunakan studi lapangan. Studi ini dilaksanakan dengan melakukan observasi langsung di perusahaan yang akan diteliti dengan tujuan untuk memperoleh data-data primer yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas, dalam hal ini mengenai kegiatan penjualan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Melakukan wawancara langsung dengan karyawan dan staf di bidang penjualan. Wawancara ini terutama dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan masalah pengelolaan kegiatan penjualan.
- b. Membuat kuesioner yang diedarkan kepada pihak-pihak yang berkaitan secara langsung dengan kegiatan penjualan.

1.5.3 Metode Analisis Data

A. Analisis Data Kualitatif

Analisis data kualitatif digunakan untuk menganalisis data yang dikumpulkan selama penelitian melalui wawancara langsung maupun pemberian kuesioner, hal ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan manajemen mengelola kegiatan penjualannya dengan efektif.

Tahap-tahap dalam analisis data kualitatif adalah sebagai berikut:

1. Pemeriksaan pendahuluan
2. Penelaahan dan pengujian terhadap sistem anggaran
 - a. Organisasi
 - b. Penetapan Pedoman Perusahaan
 - c. Pembuatan Proposal Anggaran
 - d. Negosiasi
 - e. Penelaahan dan Analisis
 - f. Revisi Anggaran

3. Kesimpulan hasil penelaahan dan pengujian terhadap sistem pengendalian manajemen.

B. Analisis Data Kuantitatif

Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah kegiatan penjualan telah dilaksanakan secara efisien yaitu dengan membandingkan sejauh mana anggaran penjualan yang telah ditetapkan dengan realisasi penjualan. Membandingkan antara anggaran penjualan dengan realisasi penjualan, menggunakan analisis sebagai berikut :⁷

1. Analisis selisih harga jual

Selisih harga jual adalah selisih yang timbul karena departemen pemasaran telah menjual produk dengan harga jual sesungguhnya per unit lebih tinggi atau lebih rendah dibandingkan dengan harga jual per unit yang ditargetkan.

2. Analisis selisih kuantitas penjualan

Selisih kuantitas penjualan atau volume penjualan adalah selisih yang timbul karena kuantitas produk yang dijual sesungguhnya menyimpang dari kuantitas penjualan yang dianggarkan.

⁷ R.A. Supriyono, Akuntansi Biaya: Perencanaan Dan Pengendalian Biaya Serta Pembuatan Keputusan, Edisi I, 1987, hal. 164-183.

1.6. Sistematika Pembahasan

BAB I: Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II: Landasan Teori

Bab ini akan menguraikan beberapa teori mengenai pemeriksaan manajemen, yang antara lain meliputi: pengertian pemeriksaan kinerja, perbedaan pemeriksaan kinerja dengan pemeriksaan keuangan, tujuan dan manfaat pemeriksaan kinerja, sistem pemeriksaan kinerja, tahap pemeriksaan kinerja, anggaran, pengertian efektivitas, sistem pengendalian manajemen, serta penilaian kinerja fungsi penjualan.

BAB III: Gambaran Umum Perusahaan

Dalam bab ini dijelaskan sejarah singkat perusahaan serta latar belakangnya, struktur organisasi dan deskripsi jabatan, kondisi lingkungan kerja perusahaan, aktivitas perusahaan, anggaran, dan prosedur penjualan perusahaan.

BAB IV: Penilaian Kinerja Fungsi Penjualan Pada PT. Sharp Yasonta Antarnusa Cabang Yogyakarta.

Bab ini merupakan bagian utama dari skripsi ini, bab ini akan menerangkan hasil penelitian yang telah dilakukan, yang antara lain meliputi ruang lingkup dan tujuan pemeriksaan, pelaksanaan pemeriksaan kinerja fungsi penjualan, pemeriksaan pendahuluan,

pemeriksaan terhadap tujuan fungsi penjualan, penelaahan dan pengujian terhadap sistem pengendalian manajemen, kesimpulan hasil penelaahan dan pengujian terhadap anggaran PT.SHARP YASONTA ANTARNUSA YOGYAKARTA.

BAB V: Kesimpulan dan Saran

Bab ini merupakan kesimpulan dari penelitian dan evaluasi yang telah dilakukan serta saran-saran yang dapat penulis berikan pada perusahaan berdasarkan penelitian.