

BAB II

LANDASAN TEORITIS DAN HIPOTESIS

2.1. Landasan Teoritis

2.1.1. Pengerian dan Klasifikasi Auditing

Auditing ialah merupakan suatu pemeriksaan kewajaran suatu kegiatan diperusahaan baik terhadap individu atau kelompok yang ada didalam perusahaan tersebut maupun terhadap kesesuaian kegiatan itu sendiri ataupun terhadap pengendalian manajemen dalam perusahaan. Berikut penulis mengutip pengertian menurut para ahli:

Menurut Sukrisno Agoes (2017:4), Auditing adalah suatu pemeriksaan yang dilakukan secara kritis dan sistematis, oleh pihak yang independen, terhadap laporan keuangan yang telah disusun oleh manajemen, beserta catatan-catatan pembukuan dan bukti-bukti pendukungnya, dengan tujuan untuk dapat memberikan pendapat mengenai kewajaran laporan keuangan tersebut.

Selanjutnya seiring dengan perkembangan kegiatan audit saat ini, audit kemudian dapat digolongkan dalam beberapa jenis.

Menurut Danang Sunyoto (2014: 9-10) Audit juga dapat di klasifikasikan dalam beberapa jenis menurut objeknya, yaitu:

- a. Audit Laporan Keuangan (Financial Statement Audit)
Audit Laporan Keuangan merupakan audit yang dilakukan untuk memberikan pendapat apakah laporan keuangan secara keseluruhan, yaitu informasi kuantitatif yang diaudit telah disusun sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Kriteria yang digunakan dalam audit laporan keuangan adalah prinsip akuntansi yang berlaku umum. Tujuan umum atas Audit Laporan Keuangan adalah untuk memberikan pernyataan kewajaran laporan Keuangan yang diauditnya.
- b. Audit Operasional (Management Audit)
Audit ini disebut juga audit manajemen, adalah satu kegiatan meneliti kembali atau mengkaji ulang hasil operasi pada setiap bagian dalam

suatu perusahaan dengan tujuan untuk mengevaluasi atau menilai efisiensi dan efektivitasnya. Efisiensi adalah perbandingan antara masukan dan keluaran, sedangkan efektivitas adalah perbandingan antara keluaran dengan sasaran atau target yang telah ditetapkan.

c. **Audit Kepatuhan (Compliance Audit)**

Audit kepatuhan mempunyai tujuan untuk menentukan apakah perusahaan atau klien mengikuti prosedur-prosedur khusus atau peraturan-peraturan yang ditetapkan oleh pihak yang berwenang. Pemeriksaan ketaatan/kepatuhan pada perusahaan swasta dapat meliputi penentuan apakah karyawan bagian akuntansi, review tarif upah dibandingkan dengan aturan upah minimum, review kontrak dengan bankers atau kreditor lainnya untuk memastikan bahwa bentuk dan isi dari kontrak tersebut sudah sesuai ketentuan-ketentuan kontak yang berlaku.

Maka berdasarkan pemaparan jenis audit diatas, terdapat perbedaan diantara ketiganya. Dalam audit laporan keuangan berkaitan dengan sistem pencatatan laporan keuangan perusahaan dan biasanya bertujuan untuk mengetahui adanya fraud (kecurangan akuntansi). Dalam audit Operasional berkaitan dengan efisiensi dan efektifitas suatu kegiatan operasi yang terjadi di dalam perusahaan. Sedangkan audit kepatuhan ialah audit yang bertujuan untuk memeriksa apakah kegiatan operasi sudah sesuai dengan prosedur atau peraturan yang berlaku.

Sesuai dengan judul, maka selanjutnya penulis akan membahas tentang audit operasional secara lebih mendalam.

2.1.2. Audit Operasional

Setelah dijelaskan sebelumnya mengenai audit operasional, ada juga pendapat lain mengenai pengertian Audit Operasional.

Menurut Alvin A. Arens dan James K. Loebbecke (1997:4) Audit Operasional merupakan penelaahan atas bagian manapun dari prosedur dan metode operasi suatu organisasi untuk menilai efisiensi dan efektivitasnya. Umumnya, pada saat selesainya audit operasional, auditor akan memberikan sejumlah saran kepada manajemen untuk memperbaiki jalannya perusahaan.

Maka dengan demikian penulis dapat menyimpulkan bahwa Auditing Operasional adalah suatu kegiatan pemeriksaan pada bagian-bagian tertentu di dalam perusahaan yang bertujuan untuk mengevaluasi efektifitas dan efisiensi dalam operasinya, serta untuk dilaporkan kepada orang-orang yang tepat hasil-hasil evaluasi tersebut beserta rekomendasi perbaikan yang berada didalam sistem pengendalian internal suatu perusahaan.

Auditing operasional dimasa lalu telah digunakan untuk mengidentifikasi berbagai aktivitas yang mencakup evaluasi atas kinerja manajemen, sistem perencanaan dan pengendalian mutu yang dikembangkan manajemen, serta aktivitas dan departemen operasi tertentu. Seperti yang disiratkan dalam namanya, jenis auditing ini berkaitan dengan operasi nonkeuangan suatu entitas. Audit operasional atas unit-unit nonpemerintahan biasanya dilakukan oleh auditor internal. Akan tetapi, dalam beberapa kasus, auditor eksternal juga mungkin ditugasi untuk melakukan audit ini.

Pada intinya penyelenggaraan semua kegiatan operasional dimaksudkan untuk menjamin bahwa dukungan yang diberikan kepada bidang-bidang fungsional dalam perusahaan, seperti produksi, pemasaran, penjualan, promosi dan pengembangan produk baik yang lama maupun yang baru benar-benar efektif. Karena itu banyak sekali segi-segi operasional yang menjadi sasaran audit.

Pelaksanaan kegiatan audit operasional bukan hanya rumit, melainkan juga ada kalanya sangat bersifat teknis. Oleh karena itu, para pelaksana audit kegiatan operasional perlu memiliki pengetahuan yang memadai tentang teori manajemen pada umumnya dan khususnya manajemen yang diterapkan dalam perusahaan. Tidak hanya itu, pengetahuan yang bersifat teknis, seperti pengetahuan tentang berbagai jenis bahan dan suku cadang yang diperlukan oleh berbagai bidang fungsional yang harus didukung oleh kegiatan operasional.

Semua orang yang sudah pernah atau sedang terlibat dalam manajemen bisnis pasti mengetahui dan menyadari bahwa keberhasilan perusahaan mencapai tujuan dan berbagai sasarnya tidak ditentukan oleh hanya satu variabel. Kehadiran atau keberadaan satu kelompok manajemen puncak yang memiliki ketangguhan dalam menentukan tujuan, filsafat, strategi akbar dan budaya organisasi sangat penting, tetapi tidak merupakan satu-satunya variabel penentu keberhasilan perusahaan. Pengetahuan yang mendalam dan keterampilan kelompok manajer yang memimpin satuan bisnis atau satu bidang fungsional, termasuk dalam merumuskan dan menentukan strategi induk, menyusun rencana jangka panjang memang mutlak diperlukan. Namun, pada intinya pengetahuan dan keterampilan itu masih harus diikuti berbagai tindak lanjut tertentu. Betapapun tepatnya struktur dan tipe organisasi yang dipilih untuk digunakan, kontribusinya kepada keberhasilan upaya pencapaian tujuan tetap terbatas meskipun sangat penting. Cermatnya manajemen sumber daya manusia diselenggarakan, mulai dari perencanaan, rekrutmen, seleksi, orientasi, penempatan, pendidikan dan pelatihan, penilaian kerja, sistem imbalan,

perencanaan dan pengembangan karir, perlindungan, kesehatan dan keselamatan kerja, penerapan sanksi disiplin organisasi, pemeliharaan hubungan yang serasi dengan pekerja dan serikat pekerja, manusiawinya pemutusan hubungan kerja dan pensiunan, memang mutlak diperlukan. Dengan demikian, para pekerja dalam perusahaan akan berupaya dan termotivasi untuk menampilkan produktivitas kerja yang tinggi, tingkat kemangkiran rendah, loyalitas kepada organisasi dalam arti tidak ingin pindah ke perusahaan lain dan menunjukkan rasa kepuasan yang besar terhadap pekerjaannya dan kepada perusahaan. Namun, itu pun tidak cukup.

Disamping semua itu, masih diperlukan manajemen operasional yang tangguh dan handal karena pada analisis terakhir, semua hal yang telah disinggung di atas bermuara pada dan diuji dalam operasionalnya. Strategi akbar dan strategi induk harus dirinci menjadi strategi dasar sebagai pedoman dan pegangan dalam menyelenggarakan semua jenis bentuk kegiatan operasional. Rencana jangka panjang perlu dituangkan dalam bentuk rencana jangka pendek dan program aksi. Dengan perkataan lain, dalam arti yang sesungguhnya, apakah perusahaan dikelola dengan efisien atau tidak dan apakah perusahaan mampu menampilkan produktivitas kerja yang tinggi atau tidak akan terlihat dalam penyelenggaraan seluruh aktivitas yang sifatnya operasional.

A. Tujuan Audit Operasional

Tujuan audit operasional adalah untuk meningkatkan efisiensi dan memungkinkan perusahaan memanfaatkan bahan dan Sumber Daya Manusia (SDM). Sedangkan tujuan audit operasional atas pengendalian internal adalah

untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi dan membuat rekomendasi sesuai dengan akuntansi manajemen. Dimana nantinya bentuk-bentuk rekomendasi tersebut akan dijadikan pertimbangan bagi manajer yang berwenang dalam pengendalian internal tersebut.

B. Ruang Lingkup Audit Operasional

Sesuai dengan tujuannya, audit operasional atau yang sering juga disebut audit manajemen dilaksanakan untuk meningkatkan ekonomisasi, efisiensi pengelolaan sumber daya, serta efektivitas pencapaian tujuan perusahaan. Oleh karena itu audit operasional diarahkan untuk menilai secara keseluruhan pengelolaan operasional objek audit, baik fungsi manajerial (perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian) maupun fungsi-fungsi bisnis perusahaan yang secara keseluruhan ditujukan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Bagaimana pengelolaan berbagai program/aktivitas pada setiap fungsi bisnis perusahaan, apakah sudah dikelola dengan prinsip-prinsip kehematan, efisiensi, dan secara efektif dapat mencapai tujuannya? Hal ini merupakan kajian dari audit operasional (audit manajemen).

C. Tahap – Tahap Audit Operasional

Ada beberapa tahapan yang harus dilakukan dalam audit operasional (audit manajemen). secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi lima, yaitu:

1. Audit Pendahuluan

Audit pendahuluan dilakukan untuk mendapatkan informasi latar belakang terhadap objek yang diaudit. Disamping itu pada audit ini juga dilakukan penelaahan terhadap berbagai peraturan, ketentuan, dan kebijakan berkaitan dengan aktifitas yang diaudit, serta menganalisis berbagai informasi yang telah diperoleh untuk mengidentifikasi hal-hal yang potensial mengandung kelemahan pada perusahaan yang diaudit. Dari informasi latar belakang ini, auditor dapat menentukan tujuan audit sementara (*tentative audit objective*). Dalam tahap audit ini auditor dapat menentukan beberapa tujuan audit sementara.

2. Review dan Pengujian Pengendalian Manajemen

Pada tahapan ini auditor melakukan review dan pengujian terhadap pengendalian manajemen objek audit, dengan tujuan untuk menilai efektivitas pengendalian manajemen dalam mendukung pencapaian tujuan perusahaan. Dari hasil pengujian ini, auditor dapat lebih memahami pengendalian yang berlaku pada objek audit sehingga dengan lebih mudah dapat diketahui potensi-potensi terjadinya kelemahan pada berbagai aktivitas yang dilakukan. Jika dihubungkan dengan tujuan audit sementara yang telah dibuat pada audit pendahuluan, hasil pengujian pengendalian manajemen ini dapat mendukung tujuan audit sementara tersebut menjadi tujuan audit yang sesungguhnya (*definitive audit objective*), atau mungkin ada beberapa tujuan audit sementara

yang gugur, karena tidak cukup (sulit memperoleh) bukti-bukti untuk mendukung tujuan audit tersebut.

3. Audit Terperinci

Pada tahap ini auditor melakukan pengumpulan bukti yang cukup dan kompeten untuk mendukung tujuan audit yang telah ditentukan. Pada tahap ini juga dilakukan pengembangan temuan untuk mencari keterkaitan antara satu temuan dengan temuan yang lain dalam menguji permasalahan yang berkaitan dengan tujuan audit. Temuan yang cukup, relevan, dan kompeten dalam tahap ini disajikan dalam suatu kertas kerja audit (KKA) untuk mendukung kesimpulan audit yang dibuat dan rekomendasi yang diberikan.

4. Pelaporan

Tahapan ini bertujuan untuk mengomunikasikan hasil audit termasuk rekomendasi yang diberikan kepada berbagai pihak yang berkepentingan. Hal ini penting untuk meyakinkan pihak manajemen (objek audit) tentang keabsahan hasil audit dan mendorong pihak-pihak yang berwenang untuk melakukan perbaikan terhadap berbagai kelemahan yang ditemukan. Laporan disajikan dalam bentuk komprehensif (menyajikan temuan-temuan penting hasil audit untuk mendukung kesimpulan audit dan rekomendasi). Rekomendasi harus disajikan dalam bahasa yang operasional dan mudah dimengerti serta menarik untuk ditindak-lanjuti.

5. Tindak Lanjut

Sebagai tahap akhir dari audit manajemen, tindak lanjut bertujuan untuk mendorong pihak-pihak yang berwenang untuk melaksanakan tindak lanjut (perbaikan) sesuai dengan rekomendasi yang diberikan. Auditor tidak memiliki wewenang untuk mengharuskan manajemen melaksanakan tindak lanjut sesuai dengan rekomendasi yang diberikan. Oleh karena itu, rekomendasi yang disajikan dalam laporan audit seharusnya sudah merupakan hasil diskusi dengan berbagai pihak yang berkepentingan dengan tindakan perbaikan tersebut. Suatu rekomendasi yang tidak disepakati oleh objek audit akan sangat berpengaruh pada pelaksanaan tindak lanjutnya. Hasil audit menjadi kurang bermakna apabila rekomendasi yang diberikan tidak ditindak lanjuti oleh pihak yang diaudit.

2.1.3. Efisiensi dan Efektivitas

Setiap perusahaan membutuhkan efisiensi dan efektivitas dalam setiap bentuk kegiatan-kegiatan yang terjadi di dlm perusahaan. Efisiensi dimaksudkan agar kegiatan-kegiatan yang terjadi diperusahaan berjalan dengan waktu, biaya serta tenaga (sumber daya) yang relatif lebih hemat tanpa mengurangi fungsi ataupun tujuan yang ingin dicapai dari diadakannya kegiatan-kegiatan dalam perusahaan tersebut. Sedangkan Efektivitas dimaksudkan agar waktu, biaya serta tenaga (sumber daya) yang digunakan dalam kegiatan-kegiatan dalam perusahaan agar berjalan secara tepat sasaran ataupun tidak terbuang pada hal-hal yang tidak

diperlukan dengan kata lain waktu, biaya serta tenaga (sumber daya) yang ada tidak terbuang sia-sia.

Efisiensi berhubungan dengan bagaimana perusahaan melakukan operasinya, sehingga dicapai optimalisasi penggunaan sumber daya yang dimiliki. Efisiensi berhubungan dengan metode kerja (operasi). Dalam hubungannya dengan konsep *input-proses-output*, efisiensi adalah rasio antara output dan input. Seberapa besar output yang dihasilkan dengan menggunakan sejumlah tertentu input yang dimiliki perusahaan. Metode kerja yang baik akan dapat memandu proses operasi berjalan dengan mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Jadi, efisiensi merupakan proses yang menghubungkan antara input dan output dalam operasional perusahaan.

Menurut Agung Kurniawan (2005:109), “Efektivitas adalah kemampuan melaksanakan tugas, fungsi (operasi kegiatan program atau misi) daripada suatu organisasi atau sejenisnya yang tidak adanya tekanan atau ketegangan diantara pelaksanaannya”.

Efektivitas dapat dipahami sebagai tingkat keberhasilan suatu perusahaan untuk mencapai tujuannya. Apakah pelaksanaan suatu program/aktivitas telah mencapai tujuannya?. Efektivitas merupakan ukuran dari output.

Sebagian orang menganggap bahwa untuk mencapai efisiensi seringkali harus mengorbankan Efektivitas. Contoh sederhana yang sering ditemukan bahwa produk dengan kualitas yang tinggi harus dicapai dengan biaya yang tinggi pula

sehingga dianggap wajar jika produk dengan kualitas tinggi harganya mahal. Namun tidak selalu demikian.

Sistem biaya kualitas menunjukkan bahwa kualitas ternyata dapat menjadi salah satu sumber penghematan. Jika perusahaan menghasilkan produk dengan kualitas yang rendah, maka berbagai aktivitas tambahan (merupakan aktivitas yang tidak menambah nilai) harus dilakukan untuk memperbaiki kualitas produk tersebut. Aktivitas tambahan ini jelas mengonsumsi sumber daya. Akhirnya tambahan aktivitas ini membuat harga pokok produk tersebut menjadi lebih tinggi daripada yang seharusnya.

Produk dengan kualitas rendah biasanya dihasilkan melalui proses yang tidak baik. Produk berkualitas rendah dapat disebabkan oleh pengendalian proses produksi yang tidak memadai, pemeliharaan peralatan produksi yang tidak tepat waktu, bahan baku yang tidak memenuhi standar kualitas, dan berbagai kekurangan lainnya. Kekurangan-kekurangan ini merupakan indikasi bahwa proses berjalan dengan tidak efisien. Dengan memperbaikinya, perusahaan akan dapat beroperasi dengan cara yang lebih efisien dan menghasilkan produk berkualitas tinggi.

2.1.4. Penjualan

Dahulu penjualan diartikan sebagai pertemuan secara langsung di antara dua orang atau lebih untuk melakukan transaksi tukar-menukar barang atau jasa dengan kesepakatan antara kedua belah pihak. Namun kini penjualan tidak lagi

diartikan demikian, karena seiring dengan berjalannya waktu teknologi dan ilmu pengetahuan sudah semakin berkembang dengan pesat. Kini penjualan sudah dapat dilakukan tanpa pertemuan langsung antara penjual dan pembeli. Dengan adanya internet, telepon, hp ataupun via surat kegiatan penjualan sudah sangat mudah dilakukan tanpa harus bertemu antara sipenjual dan sipembeli.

Saat ini penjualan dapat diartikan sebagai transaksi pertukaran barang maupun jasa sesuai dengan kesepakatan baik secara tunai maupun kredit dimana pihak penjual biasanya menawarkan barang ataupun jasa sedangkan pihak pembeli memberikan imbalan berupa uang atau alat tukar sejenisnya.

Berikut ini penulis mengutip beberapa pengertian penjualan menurut para ahli:

- (1) Menurut Mulyadi (2010:202) “Penjualan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi-transaksi tersebut dan penjualan dapat diartikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli”.
- (2) Menurut V. Wiratna Sujarweni (2015:79) “Penjualan adalah suatu sistem kegiatan pokok perusahaan untuk memperjual-belikan barang dan jasa yang perusahaan hasilkan”.

Untuk meningkatkan penjualan perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya. Berikut ini ada beberapa faktor yang mempengaruhi penjualan:

- a. Faktor yang pertama ialah mengetahui keinginan pelanggan dan menentukan kebutuhan pelanggan. Penelitian ataupun observasi diperlukan karena bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Misalnya disuatu daerah terdapat masyarakat yang rata-rata memiliki penghasilan tinggi. Perusahaan harus mengetahui barang apa yang dibutuhkan dan diinginkan, kapan kebutuhan tersebut dibutuhkan dan berapa jumlah barang yang dibutuhkan.
- b. Faktor yang kedua ialah menentukan pangsa pasar. Dengan mengetahui pangsa pasar, perusahaan dapat menentukan dimana saja barang-barang yang dibutuhkan oleh pelanggan akan dipasarkan atau dijual. Perusahaan dapat menentukan pangsa pasar dengan melakukan pengelompokan terhadap pelanggan baik dari kelas sosial, perilaku pelanggan dan sebagainya. Dan juga dengan mengetahui pangsa pasar bisa membantu memberikan informasi bagi manajemen untuk mengembangkan usahanya.
- c. Faktor yang ketiga adalah faktor modal. Untuk meningkatkan penjualan perusahaan juga harus menyediakan modal untuk melakukan proses produksi. Dimana tambahan modal didapat jika perusahaan mendapat laba ataupun mendapat modal dari investor. Perusahaan akan mendapatkan tambahan modal untuk melakukan kegiatan operasinya dan mengembangkan usahanya. Sehingga penjualan dapat meningkat dan juga mendapatkan laba yang optimal.
- d. Faktor yang keempat ialah menentukan strategi penjualan. Strategi penjualan diperlukan dengan tujuan untuk menghadapi persaingan dengan

perusahaan lain. Perusahaan harus bersaing untuk menarik pelanggan. Perusahaan harus kreatif dan inovatif agar mampu bersaing dengan perusahaan lain. Perusahaan juga dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam melakukan penjualan dengan membuat sistem penjualan yang baik dan terkomputerisasi. Sehingga perusahaan dapat terus bersaing dan mencapai tujuannya agar dapat terus mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan. Strategi pemasaran lainnya ialah pelayanan purna jual, ini merupakan pelayanan pada saat dimana barang telah dibeli oleh pelanggan. Pelayanan purna jual dilakukan agar pelanggan dapat mengadukan keluhan ketika barang yang telah dibeli mengalami kerusakan. Juga pelayanan purna jual dapat memberi saran-saran bagi perusahaan. Banyak jenis pelayanan purna jual, seperti perbaikan, perawatan, pengantaran barang dan pemberian garansi. Strategi untuk meningkatkan penjualan juga bisa berupa pemberian hadiah, kampanye, peragaan, dan iklan. Dan banyak lagi strategi penjualan yang bisa diterapkan untuk meningkatkan penjualan.

- e. Semua faktor tersebut membutuhkan biaya yang cukup besar. Tetapi dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut perusahaan dapat mendapat timbal balik berupa tingkat penjualan yang tinggi dan akan mendapat laba yang optimal. Sehingga perusahaan dapat terus menjalankan usahanya dan mengembangkannya. Dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut, perusahaan dapat meningkatkan tingkat penjualan suatu perusahaan dan mendapatkan laba yang optimal. Dengan demikian penjualan sangat

penting bagi perusahaan karena merupakan kunci dari keberlangsungan hidup perusahaan dan merupakan tolak ukur keberhasilan suatu perusahaan.

Berikut ini bagian-bagian yang terkait dengan penjualan:

1. Bagian penjualan.

Bagian penjualan bertanggung jawab melayani kebutuhan pelanggan serta mengisi Dokumen order penjualan (SO) untuk dilanjutkan ke bagian Gudang dan bagian Pengiriman untuk melaksanakan penyerahan barang ke pelanggan.

2. Bagian Kredit

Bagian ini bertanggung jawab untuk melakukan pengecekan apakah customer yang bersangkutan masih layak untuk diberikan fasilitas kredit. Transaksi penjualan sangat bergantung pada bagian Kredit, karena sah atau tidaknya suatu SO di tetapkan oleh bagian ini. Setelah SO di sahkan baru kemudian bagian penjualan mendistribusikan tembusan-tembusan SO ke berbagai departemen.

3. Bagian Gudang

Setelah kredit ataupun penjualan disetujui, bagian Penjualan mengirimkan SO ke bagian gudang (biasa disebut order pengiriman) untuk mengeluarkan barang dari gudang. Selanjutnya bagian Gudang menyerahkan barang sesuai dengan yang tertera pada Order Pengiriman ke bagian pengiriman untuk segera dikirimkan.

4. Bagian Pengiriman

Bagian Pengiriman juga menerima SO dari bagian Penjualan (biasa disebut Packing Slip) sebagai surat perintah untuk mengirimkan barang yang diterima dari

bagian gudang ke pelanggan. Bag. Pengiriman membuat nota pengiriman yang di berikan kepada bag. Penagihan. Nota pengiriman tersebut antara lain berisi biaya yang diperlukan, oleh siapa pengiriman dilakukan, beserta tanggal pengiriman.

5. Bagian Penagihan

Bagian Penagihan menerima dua buah dokumen untuk kemudian disatukan menjadi satu faktur. Dokumen tersebut adalah tembusan SO yang diterima dari bag. Penjualan dan Nota pengiriman yang diberikan oleh bag. Pengiriman. Bag. Penagihan kemudian membandingkan dan menjumlahkan semua biaya yang terjadi untuk kemudian membuat faktur yang sesuai.

6. Bagian piutang dan Buku Besar

Bagian ini mencatat transaksi penjualan yang terjadi berdasarkan dokumen yang diterima (tembusan faktur penjualan). Bagian Piutang mencatat kedalam file pelanggan untuk menambahkan saldo kredit pelanggan dan kemudian membukukannya kedalam Buku Besar sebagai dasar untuk membuat laporan.

2.2. Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan untuk mempermudah penelitian, penulis menggunakan penelitian terdahulu sebagai acuan dalam mengembangkan penulisan serta tahapan-tahapan dalam melakukan penelitian. Berikut merupakan penelitian yang penulis gunakan sebagai acuan dalam menegembangkan penelitian:

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Nama / Universitas (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian
1.	Lily Suyanti Universitas Dharmawangsa Medan (2015)	Audit Manajemen Pada PT. NIPSEA PAINT AND CHEMICAL CO.LTD	Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Perusahaan sudah memiliki struktur organisasi yang baik, <i>job description</i> yang jelas serta memadai. Walaupun begitu dalam kenyataannya masih terdapat banyak rangkap jabatan.
2.	Tengku Juhri Agus Tan Universitas Dharmawangsa Medan (2018)	Analisis Audit Operasional Dalam Pengendalian Biaya Operasional Pada PT. DYNAPHARM INTERNASIONAL INDONESIA	Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa penyusunan anggaran operasional seharusnya juga mempertimbangkan peristiwa-peristiwa yang akan dihadapi perusahaan baik karena kebijakan pemerintah maupun karena adanya penambahan pangsa pasar yang membutuhkan biaya penjualan yang lebih besar.

Persamaannya dengan penelitian ini adalah membahas mengenai audit operasional (audit manajemen) perusahaan.

Perbedaannya didalam penelitian ini membahas efektivitas dan efisiensi khusus bagian penjualan dan menganalisis evektivitas anggaran penjualan terhadap realisasinya serta menganalisis efektivitas anggaran biaya operasional terhadap realisasinya.

2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis

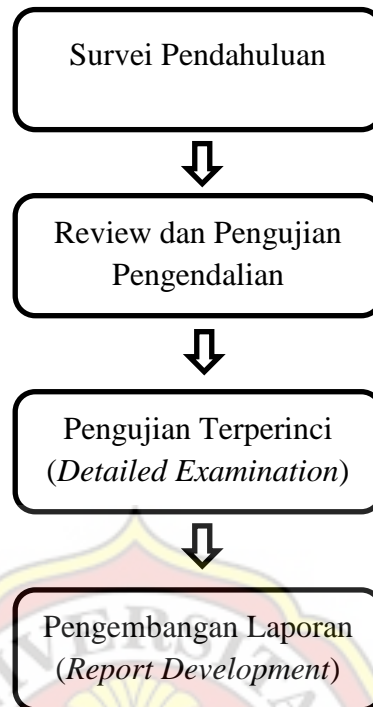
Seiring dengan perkembangan perusahaan ataupun organisasi saat ini, maka tingkat pengawasan dan pengendalian manajemen terhadap kegiatan-

kegiatan dalam perusahaan akan sangat mempengaruhi pertumbuhan perusahaan. Dalam melakukan pengawasan pengendalian sangat dipengaruhi oleh efisiensi dan efektivitas. Efisiensi dan efektivitas dibutuhkan agar perusahaan semakin maju dan berkembang dan mampu bersaing serta tentunya memperoleh laba yang maksimum.

Audit operasional bertujuan untuk mengevaluasi dan mengoreksi efisiensi dan efektivitas suatu kegiatan ataupun suatu bagian dalam perusahaan. Dengan adanya audit operasional diharapkan dapat memberi masukan-masukan serta kritikan yang bersifat membangun. Dimana nantinya hasil audit operasional akan berguna sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam pengambilan keputusan dan penentuan kebijakan-kebijakan apakah yang harus diterapkan dalam perusahaan dimasa yang akan datang.

Tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah survei pendahuluan untuk melihat bagaimana karakteristik, struktur dan fungsi penjualan pada perusahaan sebagai pemahaman awal, Kemudian review dan pengujian pengendalian manajemen yaitu dengan melakukan pengamatan langsung ke perusahaan, kemudian melakukan pengujian terperinci dan melakukan pengembangan laporan hasil audit.

Berikut ini merupakan tahapan-tahapan dalam penelitian ini:



Gambar 2.1. Kerangka Berfikir Penelitian

2.4. Perumusan Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, hipotesis dari penelitian ini adalah:

1. Efisiensi dan efektivitas berpengaruh terhadap pertumbuhan dan perkembangan perusahaan.
2. Audit Operasional diperlukan sebagai acuan untuk mengembangkan perusahaan kearah yang semakin baik.
3. Pengawasan dan pengendalian manajemen dibutuhkan dalam setiap kegiatan di perusahaan, dalam hal ini khususnya pada fungsi penjualan.