



**PENGARUH PENGENDALIAN INTERN
TERHADAP KINERJA PENJUALAN PADA
CV. OMCO JAYA PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Syarat-Syarat
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Akuntansi*

Oleh:

AMINAH SIREGAR
NIM. 12 230 0048

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2016**



**PENGARUH PENGENDALIAN INTERN
TERHADAP KINERJA PENJUALAN PADA
CV. OMCO JAYA PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Syarat-Syarat Untuk
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syariah*

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Syarat-Syarat
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Akuntansi*

AMINAH SIREGAR
NIM. 12 230 0048

Oleh:

AMINAH SIREGAR
NIM. 12 230 0048



JURUSAN EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2016



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Idris, Padangsidimpuan 21123
Telp. (0664) 24122

**PENGARUH PENGENDALIAN INTERN
TERHADAP KINERJA PENJUALAN PADA
CV. OMCO JAYA PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Syarat-Syarat Untuk
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syariah
Konsentrasi Akuntansi*

Oleh:

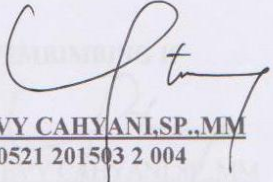
AMINAH SIREGAR
NIM. 12 230 0048

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

PEMBIMBING I


ABDUL NASSER HASIBUAN, SE., M.Si
NIP. 19790525 2006041 004

PEMBIMBING II


UTARI EVY CAHYAN, SP., MM
NIP. 19870521 201503 2 004

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2016



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Hal : Skripsi
a. n. AMINAH SIREGAR

Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 31 Agustus 2016

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam

IAIN Padangsidimpuan

Di

Padangsidimpuan

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n AMINAH SIREGAR yang berjudul: **“Pengaruh Pengendalian Intern Terhadap Kinerja Penjualan Pada CV. Omco Jaya Padangsidimpuan.** Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam Ilmu Ekonomi Syariah Konsentrasi Akuntansi pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

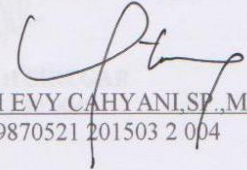
Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I


ABDUNASSER HASIBUAN, SE., M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004

PEMBIMBING II


UTARI EVY CAHYANI, SE., MM
NIP. 19870521 201503 2 004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AMINAH SIREGAR
NIM : 12 230 0048
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Pengendalian Intern Terhadap Kinerja Penjualan Pada CV. Omco Jaya Padangsidimpuan**

Dengan ini menyatakan bahwa saya menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 31 Agustus 2016
Pembuat Pernyataan,



AMINAH SIREGAR
NIM. 12 230 0048

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aminah Siregar
NIM : 12 230 0048
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Pengaruh Pengendalian Intern Terhadap Kinerja Penjualan Pada CV. Omco Jaya Padangsidempuan.** Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 25 Oktober 2016

Yang menyatakan,



Aminah Siregar
NIM. 12 230 0048



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. H. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 2273
Telp. (0634) Fax. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : AMINAH SIREGAR
Nim : 12 230 0048
Fakultas/Jurusan : FEBI / EKONOMI SYARIAH-6
Judul Skripsi : PENGARUH PENGENDALIAN INTERN TERHADAP
KINERJA PENJUALAN PADA CV. OMCO JAYA
PADANGSIDIMPUAN

Ketua

H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP.19731128 200112 1 001

Sekretaris

Rosnani Siregar, M.Ag
NIP. 19740626 200312 2 001

Anggota

H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP.19731128 200112 1 001

Rosnani Siregar, M.Ag
NIP. 19740626 200312 2 001

Muhammad Isa, ST.,MM
NIP. 19800605 201101 1 003

Budi Gautama Siregar, S.Pd.,MM
NIP. 19790720 201101 1 005

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Tanggal : Kamis, 06 Oktober 2016
Pukul : 09.00 s/d Selesai
Hasil/Nilai : 75,63 (B)
IPK : 3,32
Predikat : Amat Baik



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Fax. (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PENGENDALIAN INTERN TERHADAP
KINERJA PENJUALAN PADA CV. OMJO JAYA
PADANGSIDIMPUAN**

**DITULIS OLEH : AMINAH SIREGAR
NIM : 12 230 0048**

Telah Dapat Diterima Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas
Dan Syarat-Syarat Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syariah
Konsentrasi Akuntansi

Padangsidimpuan, 27 Oktober 2016

Dekan,



H. Fatahuddin Aziz Siregar
H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum wr. Wb

Syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT. Atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Kemudian shalawat dan salam peneliti sampaikan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang safaatnya kita nantikan di *yaumul* akhir.

Untuk mengakhiri perkuliahan di Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, maka menyusun skripsi merupakan salah satu tugas yang harus diselesaikan untuk mendapat gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam dan Jurusan Ekonomi Syariah. Skripsi ini berjudul: **Pengaruh Pengendalian Intern Terhadap Kinerja Penjualan Pada CV. Omco Jaya Padangsidimpuan.** Dalam menyusun skripsi ini peneliti banyak mengalami hambatan dan rintangan. Namun berkat bantuan dan bimbingan dari dosen pembimbing, keluarga dan rekan seperjuangan, baik yang bersifat material maupun nonmaterial, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh sebab itu, peneliti mengucapkan banyak terima kasih utamanya kepada:

1. Bapak Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL Rektor IAIN Padangsidimpuan, serta Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunthe, M.A Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Aswadi Lubis, SE, M.Si Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Drs. Samsudin Pulungan, M.Ag Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Rosnani Siregar, M.Ag Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum; Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Ikhwanuddin Harahap, M.Ag Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Rukiah, SE., M.Si Ketua Jurusan Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.
4. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, SE. M.Si pembimbing I dan Ibu Utari Evy Cahyani, SP.,MM sebagai pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen serta staf Jurusan Ekonomi Syariah yang telah banyak memberikan bantuan serta masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
7. Bapak Mail selaku pimpinan CV. Omco Jaya Padangsidempuan yang telah memberikan izin bagi peneliti untuk melakukan penelitian di perusahaan yang beliau pimpin.
8. Bapak Sajuri Gultom selaku manajer operasional CV. Omco Jaya Padangsidempuan yang telah memberikan masukan dan arahan serta bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
9. Teristimewa kepada kedua orangtua tercinta, Ibunda Sawan Dasopang dan Ayahanda Sofyan Siregar, dan saudara-saudara tersayang (Ira Siregar, Martua Siregar, Risma Siregar, Efriani Siregar), serta seluruh keluarga tercinta yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

10. Terkhusus sahabat (Sinar, Juni, Niskhoiriah, Vitri, Hamna) dan teman-teman ES-6, dan seluruh teman-teman seperjuangan angkatan 2012 FEBI yang telah memberikan dukungan serta bantuan dan semangat kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
11. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penelitian skripsi ini. Untuk itu, peneliti menerima kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini dan semoga Allah SWT., melimpahkan rahmat-Nya, sehingga terasa berkah dan manfaatnya kepada kita semua.

Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Padangsidimpuan, 31 Agustus 2016

Peneliti

AMINAH SIREGAR

NIM. 12 230 0048

ABSTRAK

Nama : AMINAH SIREGAR
NIM : 12 230 0048
JudulSkripsi : Pengaruh Pengendalian Intern Terhadap Kinerja Penjualan pada CV. OmcoJaya Padangsidempuan
Kata kunci : Pengendalian Intern, Kinerja Penjualan

Penurunan kinerja penjualan CV. Omco Jaya Padangsidempuan salah satunya disebabkan oleh pengendalian intern. Mengingat pentingnya kegiatan penjualan dalam suatu perusahaan, maka harus diperhatikan unsur-unsur di dalam pengendalian intern tersebut yang merupakan dasar bagi terlaksananya kinerja penjualan yang baik. Rumusan masalah dalam penelitian ini apakah ada pengaruh pengendalian intern terhadap kinerja penjualan. Tujuannya untuk mengetahui pengaruh pengendalian intern terhadap kinerja penjualan serta hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, yaitu: bagi peneliti, bagi perusahaan, dan bagi masyarakat.

Pembahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan teori-teori yang berkaitan dengan ilmu ekonomi tentang pengendalian intern dan kinerja penjualan secara umum menurut para pakar ekonomi serta penjelasan pengendalian intern dan kinerja penjualan dalam perspektif Islam.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Teknik pengumpulan data yaitu dengan menggunakan angket atau kuesioner. Data diperoleh langsung dari CV. Omco Jaya Padangsidempuan kemudian diolah dengan bantuan SPSS Versi 22,0.

Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pengendalian intern terhadap kinerja penjualan, yang dibuktikan dengan uji hipotesis (uji t), dimana nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,393 > 2,048$ (H_a diterima). Nilai R^2 sebesar 0.17, artinya persentase variasi variabel terikat dapat dijelaskan oleh variasi variabel bebas sebesar 17%, sisanya sebesar 83% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Model penelitian ini $KP = 11,543 + 0,206PI$. Berdasarkan persamaan regresi, pengendalian intern berpengaruh positif terhadap kinerja penjualan sebesar 0,206. Ini berarti bahwa pengendalian intern pada CV. Omco Jaya Padangsidempuan berpengaruh positif terhadap kinerja penjualan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	ii
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
BERITA ACARA UJIAN MUNAQOSAH.....	vi
HALAMAN PNGESAHAN DEKAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xii
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Definisi Operasional Variabel.....	6
E. Rumusan Masalah	8
F. Tujuan Penelitian	8
G. Manfaat Penelitian	8
H. Sistematika Pembahasan	9

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori.....	10
1. Pengertian Pengendalian Intern.....	10
2. Tujuan Pengendalian Intern	12
3. Komponen Pengendalian Intern.....	13
4. Unsur-unsur Pengendalian Intern.....	21
5. Pengendalian Intern dalam Perspektif Islam.....	22
6. Kinerja Penjualan	23
7. Tujuan Penjualan.....	28
8. Klasifikasi Penjualan.....	29
9. Penjualan Perspektif Islam.....	30
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Pemikiran.....	35
D. Hipotesis.....	37

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Peneliti	38
B. Jenis Penelitian.....	38
C. Populasi dan Sampel	38
D. Sumber Data.....	39
E. Instrumen Pengumpulan Data	40

F. Uji Validitas dan Reliabilitas	41
G. Teknik Analisis Data.....	42
1. Transformasi Data Ordinal ke Interval	42
2. Regresi Linier Sederhana	43
3. Uji Normalitas.....	44
4. Uji Linieritas	44
5. Uji Hipotesis (uji t)	45
6. Uji koefisien Determinasi (R^2)	45

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	46
1. Sejarah CV. Omco Jaya Padangsidempuan.....	46
2. Daerah Pemasaran.....	47
3. Struktur Organisasi	48
4. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab	49
5. Jumlah Tenaga Kerja dan Jam Kerja	54
6. Prinsip dan Produk.....	54
7. Visi dan Misi.....	55
B. Deskripsi Data Penelitian.....	55
C. Hasil Penelitian	53
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	59
a. Uji Validitas Pengendalian Intern (X).....	59
b. Uji Validitas Kinerja Penjualan (Y).....	60
c. Uji Reliabilitas Pengendalian Intern (X).....	60
d. Uji Reliabilitas Kinerja Penjualan (Y).....	61
2. Hasil Uji Asumsi Dasar.....	61
a. Uji Normalitas.....	62
b. Uji Linieritas	64
3. Pengaruh Pengendalian Intern Terhadap Kinerja Penjualan.....	65
a. Uji Regresi Linier Sederhana	66
b. Koefisien Determinasi.....	68
c. Uji Hipotesis (uji t)	68
4. Pembahasan Hasil Penelitian	70
5. Keterbatasan Penelitian.....	71

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	72
B. Saran-Saran	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan merupakan suatu organisasi yang didirikan oleh seseorang atau sekelompok orang atau badan lain yang kegiatannya adalah melakukan produksi dan distribusi guna memenuhi kebutuhan ekonomis manusia, seperti sandang, pangan, papan, dan kesenangan. Kegiatan produksi dilakukan dengan menggabungkan berbagai faktor produksi yaitu alam, manusia, modal, dan lain-lain. Kegiatan produksi dan distribusi perusahaan pada umumnya dilakukan untuk memperoleh laba sebagaimana tujuan utama dari kebanyakan perusahaan yaitu memaksimalkan keuntungan atau laba.

Dalam pelaksanaan aktivitas pada perusahaan terdiri dari fungsi-fungsi yang saling berkaitan dengan aktivitasnya dan mendukung upaya pencapaian tujuan perusahaan. Fungsi tersebut antara lain fungsi keuangan, fungsi pemasaran, dan fungsi penjualan, yang sangat berperan dari antara fungsi tersebut salah satunya adalah fungsi penjualan karena merupakan sumber hidup bagi suatu perusahaan.¹

Kinerja penjualan dapat diukur dengan melihat perencanaan penjualan yang dianggarkan dengan realisasi penjualan dan strategi penjualan dari tenaga penjual. Kinerja penjualan perusahaan dapat disebut efektif apabila perencanaan penjualan yang ditetapkan manajemen perusahaan dapat direalisasikan dengan optimal. Dengan penjualan yang memenuhi target dan bahkan melebihi target penjualan yang direncanakan, maka perusahaan akan

¹ Soemarso S.R., *Akuntansi Suatu Pengantar* (Jakarta : Salemba Empat, 2004), hlm. 22.

mendapatkan laba yang optimal dan dapat digunakan untuk kelangsungan hidup perusahaan dan perkembangan perusahaan. Sebaliknya, jika kinerja penjualan tidak baik atau tidak efektif dalam artian target penjualan belum direalisasikan sepenuhnya, maka dapat mempengaruhi laba yang diperoleh semakin sedikit, bahkan perusahaan dapat mengalami kerugian sehingga tidak mampu beroperasi lagi.

Salah satu faktor agar kinerja penjualan dapat terlaksana dengan baik dan efektif adalah terdapatnya sistem pengendalian intern yang baik dan memadai di dalam perusahaan. Mengingat pentingnya kegiatan penjualan dalam perusahaan, maka harus diperhatikan unsur-unsur di dalam pengendalian intern yang merupakan dasar bagi terlaksananya kinerja penjualan yang efektif. Kemungkinan terjadi penyimpangan yang timbul dari kegiatan penjualan sangat besar. Apabila pengelolaan kegiatan penjualan tidak dikendalikan dengan sistem pengendalian intern yang baik dan memadai, maka secara langsung akan merugikan perusahaan karena sasaran penjualan tidak terealisasi dan mengakibatkan kerugian pada perusahaan.²

Setiap perusahaan mempunyai sistem pengendalian intern yang direncanakan dengan baik guna memastikan akurasi, kejujuran, dan efisiensi penanganan sumber daya dan pencatatan transaksi-transaksinya. Seluruh kegiatan operasional yang ada pada perusahaan memiliki standar atau prosedur yang ditetapkan agar dapat bertahan hidup dalam mencapai tujuan dan sasaran perusahaan. Dengan demikian, manajemen perusahaan harus

² Anggun Prameswari Anasti, "Pengaruh Pengendalian Intern Terhadap Efektivitas Penjualan Pada PT.ASTRA INTERNATIONAL TBK-TSO Cabang Jemursari Surabaya", (Skripsi, Universitas Pembangunan Nasional Jawa Timur, 2013), hlm.2.

dapat membuat suatu sistem yang baik dalam segala aktivitas kegiatan perusahaan yang dikendalikan oleh sebuah pengendalian intern yang ada pada perusahaan tersebut.³

Pengendalian intern merupakan rencana organisasi dan sistem prosedur yang diimplementasikan oleh manajemen perusahaan dan dewan direksi, serta dirancang untuk memenuhi tujuan yaitu: 1) menjaga aset perusahaan, 2) mendorong karyawan untuk mengikuti kebijakan perusahaan, 3) mempromosikan efisiensi operasional, 4) memastikan catatan akuntansi yang akurat dan dapat diandalkan, 5) menaati persyaratan hukum. Dengan sistem pengendalian intern yang baik, maka akan menyajikan informasi-informasi yang berguna bagi pimpinan di dalam menentukan kebijakan dalam penjualan. Untuk menghasilkan suatu sistem pengendalian intern penjualan yang memenuhi standar perusahaan, maka dibutuhkan manajemen yang baik pula, karena sikap manajemen yang baik menentukan juga baiknya pelaksanaan pengendalian dan pengawasan.⁴

Sedangkan Mulyadi mendefinisikan pengendalian intern adalah “ proses yang diimplementasikan oleh dewan direksi, serta seluruh karyawan di bawah arahan mereka dengan tujuan untuk memberikan jaminan yang memadai atas tercapainya tujuan pengendalian.” Alasan perusahaan untuk menggunakan sistem pengendalian intern adalah untuk membantu pimpinan agar seluruh kegiatan operasional perusahaan dapat mencapai tujuan dengan efisien.⁵

³ Henry Simamora, *Akuntansi* (Jakarta : Salemba Empat, 2000), hlm. 207.

⁴ Walter T.Harisson Jr, dkk. *Akuntansi Keuangan* (Jakarta: Erlangga, 2011), hlm . 233.

⁵ Mulyadi, *Auditing* (Jakarta : Salemba Empat, 2002), hlm. 67.

CV. Omco Jaya Padangsidimpuan merupakan perusahaan dagang yang bergerak dalam bidang penjualan berbagai macam produk seperti makanan, minuman, sabun, dan lain sebagainya. Salah satu aktivitas yang sangat penting pada CV. Omco Jaya Padangsidimpuan adalah aktivitas penjualan. Dalam perusahaan tersebut, aktivitas penjualan salah satu komponen yang paling penting, karena berkaitan dengan kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Tujuan dan sasaran utama dari CV. Omco Jaya Padangsidimpuan adalah memaksimalkan keuntungan sebagaimana tujuan dari perusahaan pada umumnya, karena kegiatan operasional perusahaan membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Untuk itu salah satu kegiatan operasional perusahaan yang menghasilkan keuntungan adalah kegiatan penjualan.

CV. Omco Jaya Padangsidimpuan mempunyai sistem pengendalian intern yang cukup memadai, seperti halnya perusahaan-perusahaan lain, sehingga kegiatan penjualan masih tetap berjalan sampai saat ini. Salah satu sistem pengendalian intern yang dilakukan perusahaan yaitu struktur organisasi dalam perusahaan yang membentuk suatu tingkat jabatan tertentu sehingga tidak terjadi tumpang tindih tugas. Sistem otoritas dan prosedur pencatatan yang memberikan sebagian kekuasaan manajemen untuk karyawan melakukan kegiatan termasuk kegiatan pencatatan yang sesuai prosedur dan fungsinya. Selain itu perusahaan juga membuat faktur penjualan dan penomoran berurut dalam setiap melakukan transaksi penjualan. Karyawan yang sesuai dengan mutu dan tanggung jawab, perusahaan

melakukan seleksi dan tes-tes untuk menentukan calon karyawan yang memenuhi kriteria yang diinginkan.

Pada survei awal peneliti melihat tingkat kinerja penjualan yang telah dicapai oleh CV. Omco Jaya Padangsidempuan dengan membandingkan target penjualan yang direncanakan dengan realisasi penjualan yang telah dicapai yaitu pada tahun 2014 dan 2015 pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1
Target dan Realisasi Penjualan
CV. Omco Jaya Padangsidempuan
Tahun 2014-2015

Tahun	Target Tahunan	Realisasi
2014	Rp. 28.760.853.115	Rp. 29.166.274.603
2015	Rp. 30.353.084.681	Rp. 28.587.184.118

Sumber: CV. Omco Jaya Padangsidempuan

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa kinerja penjualan CV. Omco Jaya Padangsidempuan pada tahun 2014 dapat dikatakan sangat efektif karena realisasi penjualan sebesar Rp. 29.166.274.603 dapat mencapai target penjualan sebesar Rp. 28.760.853.115, mengalami peningkatan 1,4% dari target yang dianggarkan. Sedangkan pada tahun 2015 realisasi penjualan sebesar Rp. 28.587.184.118, dan target penjualan sebesar Rp.30.353.084.681, terjadi penurunan penjualan sebesar 0,05% dari target yang dianggarkan dan tidak mencapai target. Strategi penjualan yang dilakukan adalah dengan melakukan pemasaran dan promosi pada wilayah Tapanuli selatan dan sekitarnya.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti menjadikan hal tersebut suatu fenomena yang menarik untuk diteliti. Melihat pentingnya peranan

pengendalian intern terhadap kinerja penjualan pada CV. Omco Jaya Padangsidempuan, maka pada kesempatan ini peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut fenomena tersebut dengan judul **“Pengaruh Pengendalian Intern Terhadap Kinerja Penjualan Pada CV. Omco Jaya Padangsidempuan.”**

B. Identifikasi Masalah

Setelah meneliti lebih mendalam mengenai apa yang telah diuraikan pada latar belakang di atas, dimana pengendalian intern sangat berpengaruh terhadap kinerja penjualan, maka peneliti dapat mengidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Terjadinya penurunan kinerja penjualan CV. Omco Jaya Padangsidempuan.
2. Pengendalian intern yang dilakukan CV. Omco Jaya Padangsidempuan belum optimal.

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini dilakukan pembatasan masalah agar pokok masalah yang akan dibahas tidak meluas dan tetap fokus pada permasalahan yang diteliti. Alasan lainnya adalah keterbatasan ilmu, dana, dan waktu yang dimiliki oleh peneliti. Oleh karena itu, penelitian ini dibatasi hanya meneliti pengaruh pengendalian intern terhadap kinerja penjualan pada CV. Omco Jaya Padangsidempuan.

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian. Sering pula dinyatakan variabel penelitian itu

sebagai faktor-faktor yang berperan dalam peristiwa atau gejala yang akan diteliti.⁶ Dalam penelitian ini terdapat variabel-variabel sebagai berikut:

Tabel 1.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Pengendalian Intern (X)	Suatu kebijakan dan prosedur di dalam perusahaan untuk melindungi aset atau kekayaan perusahaan dari segala bentuk tindakan penyalahgunaan.	<ul style="list-style-type: none"> a. Struktur organisasi yang memisahkan tanggung jawab fungsional. b. Sistem wewenang dan prosedur pencatatan yang memberikan perlindungan yang cukup bagi kekayaan perusahaan, utang dan biaya. c. Praktek yang sehat dalam melaksanakan tugas dan fungsi setiap unit organisasi d. karyawan yang mutunya sesuai dengan tanggung jawab. 	Likert
Kinerja Penjualan (Y)	Suatu tingkat dimana seorang tenaga penjualan dapat mencapai tujuan penjualan yang telah direncanakan.	<ul style="list-style-type: none"> a. Kondisi fisik dan mental tenaga penjual. b. Keinginan dan motivasi untuk menjual. c. Kerjasama antar individu dan kelompok d. Pemahaman dan penguasaan tentang pengetahuan produk dan teknologinya. e. kemampuan menjual f. Pemahaman tentang kebijakan perusahaan dan kesungguhan dalam berkarir. 	Likert

⁶ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 25.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Apakah ada pengaruh pengendalian intern terhadap kinerja penjualan pada CV. Omco Jaya Padangsidempuan?

F. Tujuan Penelitian

Rumusan masalah dalam penelitian ini disusun untuk membantu pencapaian tujuan penelitian. Peneliti melakukan penelitian ini dengan tujuan ‘‘Untuk mengetahui pengaruh pengendalian intern terhadap kinerja penjualan pada CV. Omco Jaya Padangsidempuan’’.

G. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi beberapa pihak. Manfaat penelitian ini antara lain:

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atas data-data yang dipergunakan dengan menerapkan teori yang telah diperoleh selama masa studi serta menambah wawasan pengetahuan dan pengalaman.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melaksanakan pengendalian intern dan dapat membantu menejer perusahaan dalam mengoptimalkan kinerja penjualan agar sesuai dengan sasaran yang akan dicapai.

3. Bagi lembaga Perguruan Tinggi dan Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah perbendaharaan perpustakaan IAIN Padangsidimpuan, memberikan informasi bagi peneliti selanjutnya, serta membantu para mahasiswa dalam mengembangkan ilmu pengetahuan.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembahas dalam penelitian ini, maka dibuat sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab I berisikan pendahuluan yang menguraikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, definisi, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

Bab II memaparkan landasan teori yang terdiri dari kerangka teori yang berisikan uraian tentang pengertian pengendalian intern, komponen pengendalian intern, kinerja penjualan, penelitian terdahulu, kerangka pikir, dan hipotesis.

Bab III memaparkan tentang metodologi penelitian terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, instrument pengumpulan data, tehknik analisis data.

Bab IV merupakan hasil penelitian dan pembahasan terdiri dari deskripsi hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V merupakan penutup yang membuat kesimpulan dan saran-saran yang dianggap perlu.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Pengertian Pengendalian Intern

Sistem pengendalian intern terdiri atas kebijakan dan prosedur yang dirancang untuk memberikan manajemen kepastian yang layak bahwa perusahaan telah mencapai tujuan dan sasaran. Kebijakan dan prosedur ini sering kali disebut dengan pengendalian, dan secara kolektif membentuk pengendalian intern. Pengendalian intern adalah proses yang diimplementasikan oleh dewan direksi, serta seluruh karyawan di bawah arahan mereka dengan tujuan untuk memberikan jaminan yang memadai atas tercapainya tujuan pengendalian.¹

Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) yang dikutip oleh Lilis Puspitawati mendefinisikan pengendalian intern adalah:²

Suatu proses yang dijalankan oleh dewan komisaris, manajemen dan personil lain yang didesain untuk memberikan keyakinan yang memadai tentang pencapaian tiga golongan tujuan yaitu : 1) keandalan pelaporan keuangan, 2) efektivitas dan efisiensi operasi, dan 3) kepatuhan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku. Pengendalian intern yang baik memberikan jaminan yang kuat bahwa catatan klien dapat diandalkan dan asetnya dapat dilindungi.

Pengendalian intern dalam suatu perusahaan dapat dibedakan menjadi dua jenis pengendalian, yaitu pengendalian umum dan pengendalian aplikasi. Pengendalian umum pada intinya memperhatikan keseluruhan lingkungan pemrosesan transaksi yang meliputi pengendalian terhadap rencana pengorganisasian, pemrosesan transaksi,

¹ Mulyadi, *Auditing* (Jakarta : Salemba Empat, 2002), hlm. 67.

² Lilis Puspitawati dan Sri Dewi Anggadini, *Sistem Informasi Akuntansi* (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2014), hlm. 213

prosedur-prosedur operasi yang bersifat umum, pengendalian terhadap peralatan, dan pengendalian terhadap akses data.

Terdapat tiga unsur-unsur pengendalian umum sebagai berikut:³

- a. Organisasi, dengan tujuan untuk menciptakan pengendalian intern dalam lingkungan pengolahan data elektronik, yaitu fungsi otoritas dan fungsi akuntansinya dimasukkan ke dalam program komputer, perlu diadakan pemisahan fungsi-fungsi perancangan dan penyusunan program, fungsi operasi dan fungsi fasilitas pengolahan data, fungsi penyimpanan data.
- b. Pengendalian terhadap sistem dan program, merupakan pengendalian umum yang menangani terhadap fungsi pengembangan sistem dan program.
- c. Pengendalian terhadap fasilitas pengolahan data, meliputi pengendalian terhadap operasi konversi data, operasi komputer, perpustakaan dan, dan fungsi pengendalian.

Sedangkan pengendalian aplikasi dipusatkan pada sekitar siklus pemrosesan transaksi, tujuannya adalah untuk memberikan kepastian yang layak bahwa transaksi diotorisasi secara sah serta dicatat, diproses dan dilaporkan secara akurat. Pengendalian aplikasi dikelompokkan menurut pengendalian masukan, pengendalian pemrosesan, dan pengendalian keluaran.

³ *Ibid.*, hlm. 215-216.

2. Tujuan Pengendalian Intern

Tujuan pengendalian intern adalah menyediakan keyakinan yang memadai bahwa aset telah dilindungi dan digunakan untuk keperluan bisnis, informasi bisnis akurat, dan karyawan mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku. Pengendalian intern dapat melindungi aset perusahaan dari pencurian, kecurangan, penyalahgunaan, atau kesalahan penempatan. Informasi yang akurat sangat penting untuk menjalankan perusahaan dengan sukses. Perlindungan aset serta informasi yang akurat sering kali berjalan beriringan, alasannya adalah karyawan yang mencoba melakukan penipuan juga harus melakukan penyesuaian pencatatan akuntansi agar dapat menyembunyikan kecurangan yang dilakukannya. Selain itu perusahaan juga harus patuh pada hukum, peraturan, serta standar pelaporan keuangan yang berlaku.⁴

Terdapat tiga tujuan umum dalam merancang sistem pengendalian intern yang efektif, yaitu:

- a. Reliabilitas pelaporan keuangan, dimana manajemen bertanggung jawab untuk menyiapkan laporan bagi para *investor*, *kreditor*, dan pemakai lainnya. Manajemen memikul baik tanggung jawab hukum maupun profesional untuk memastikan bahwa informasi telah disajikan secara wajar sesuai persyaratan pelaporan sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum. Tujuan pengendalian intern yang efektif atas pelaporan keuangan adalah memenuhi tanggung jawab pelaporan keuangan tersebut.

⁴ James M.Reeve, dkk., *Pengantar Akuntansi, Adaptasi Indonesia* (Jakarta : Salemba Empat, 2008), hlm. 389-390.

- b. Efisiensi dan efektifitas operasi. Pengendalian dalam suatu perusahaan akan mendorong pemakaian sumber daya secara efisien dan efektif untuk mengoptimalkan sasaran-sasaran perusahaan. Tujuan yang penting dari pengendalian ini adalah memperoleh informasi keuangan dan non keuangan yang akurat tentang operasi perusahaan untuk keperluan pengambilan keputusan.
- c. Ketaatan pada hukum dan peraturan. Setiap perusahaan mengharuskan mengeluarkan laporan tentang keefektifan pelaksanaan pengendalian intern atas pelaporan keuangan.⁵

3. Komponen Pengendalian Intern

Setiap perusahaan memiliki karakteristik-karakteristik khusus yang berbeda, sehingga pengendalian intern yang baik pada suatu perusahaan belum tentu baik untuk perusahaan yang lainnya. Oleh karena itu, untuk menciptakan suatu pengendalian intern yang baik harus memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tujuan perusahaan secara keseluruhan.

Menurut Alvin A.Arens komponen pengendalian intern adalah sebagai berikut:⁶

- a. Lingkungan pengendalian (*control environment*)
- b. Penaksiran risiko (*risk assesment*)
- c. Aktivitas pengendalian (*control activities*)
- d. Informasi dan komunikasi (*information and komunikasi*)
- e. Pengawasan (*monitoring*)

⁵ Alvin A.Arens, dkk., *Auditing dan Jasa Asurance* (Jakarta : Erlangga, 2008), hlm. 370-371.

⁶ *Ibid.*, hlm. 373-374.

Kelima komponen pengendalian intern tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Lingkungan Pengendalian (*control environment*)

Lingkungan pengendalian merupakan corak suatu organisasi yang dapat mempengaruhi kesadaran personil suatu organisasi untuk melakukan pengendalian disekelilingnya. Lingkungan pengendalian terdiri atas tindakan, kebijakan, dan prosedur yang mencerminkan sikap manajemen puncak, para direktur, dan pemilik integritas secara keseluruhan mengenai pengendalian intern serta arti pentingnya bagi entitas itu. Untuk memahami dan menilai lingkungan pengendalian, auditor harus mempertimbangkan sub komponen dari lingkungan pengendalian, antara lain:

- 1) Integritas dan nilai-nilai etis, yaitu produk dari standar etika dan perilaku entitas, serta bagaimana standar itu dikomunikasikan dan diberlakukan dalam praktik. Sub komponen ini meliputi tindakan manajemen untuk menghilangkan atau mengurangi dorongan dan godaan yang mungkin membuat karyawan melakukan tindakan tidak jujur, ilegal, atau tidak etis.
- 2) Komitmen pada kompetensi, merupakan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas mendefinisikan pekerjaan seseorang. Komitmen pada kompetensi meliputi pertimbangan manajemen tentang tingkat kompetensi bagi pekerjaan tertentu, dan bagaimana tingkatan

- tersebut diterjemahkan menjadi keterampilan dan pengetahuan yang diperlakukan.
- 3) Partisipasi dewan komisaris, dewan direksi yang efektif adalah tidak terikat pada manajemen, dan anggotanya dilibatkan dalam dan meneliti aktivitas manajemen. Dewan mendelegasikan tanggung jawab untuk pengendalian intern kepada manajemen dan dibebankan untuk menyediakan penilaian independen secara teratur dari pengendalian intern yang dibuat manajemen.
 - 4) Filosofi dan gaya operasional manajemen. Manajemen melalui aktivitasnya menyediakan isyarat yang jelas kepada karyawan tentang pentingnya pengendalian intern. Sebagai contoh : apakah manajemen mengambil resiko yang penting, atau apakah mengambil resiko menentang?, apakah target penjualan dan pendapatan itu tak realistis, dan apakah karyawan didorong untuk mengambil tindakan agresif untuk memenuhi target tersebut. Memahami hal ini dan aspek serupa dari filosofi dan gaya operasional manajemen memberikan auditor suatu pengertian akan sikap manajemen tentang pengendalian intern.
 - 5) Struktur organisasi. Menggambarkan tentang tanggung jawab dan otoritas yang ada. Dengan memahami struktur organisasi klien, auditor dapat mempelajari manajemen dan unsur-unsur fungsional dari bisnis itu dan merasakan bagaimana kendali diterapkan.

- 6) Penugasan dari otoritas dan tanggung jawab. Sebagai tambahan terhadap aspek komunikasi, metode formal komunikasi tentang otoritas dan tanggung jawab dan berbagai hal yang terkait dengan pengendalian yang serupa adalah sama pentingnya.
- 7) Kebijakan dan praktek sumber daya manusia. Aspek yang paling penting dari pengendalian intern adalah personil. Jika karyawan adalah orang yang kompeten dan bisa dipercaya, pengendalian lain bisa tidak ada dan laporan keuangan yang bisa diandalkan masih bisa dihasilkan.

b. Penilaian Risiko (*Risk Assesment*)

Risiko didefinisikan sebagai peluang terjadinya hasil yang tidak di inginkan, sehingga risiko hanya terkait dengan situasi yang memungkinkan munculnya hasil negatif serta berkaitan dengan kemampuan memperkirakan terjadinya hasil negatif tersebut. Kerugian risiko memiliki arti kerugian yang diakibatkan kejadian risiko baik secara langsung maupun tidak langsung, kerugian itu sendiri dapat berupa kerugian finansial maupun non finansial.⁷

Penilaian risiko untuk pelaporan keuangan adalah identifikasi manajemen dan analisis risiko yang relevan dengan persiapan laporan keuangan. Penaksiran risiko merupakan suatu proses untuk mengidentifikasi risiko/ancaman yang muncul akibat dari aktivitas operasi perusahaan.

⁷ Fachmi Basyaib, *Manajemen Resiko* (Jakarta : Grasindo, 2007), hlm. 1.

Mengidentifikasi dan menganalisa risiko adalah suatu proses yang berkelanjutan dan suatu komponen kritis dari pengendalian intern yang efektif. Manajemen harus berfokus pada risiko pada semua tingkat organisasi dan mengambil tindakan perlu untuk mengatur mereka, langkah pertama yang paling penting adalah manajemen mengidentifikasi faktor yang bisa meningkatkan risiko, menilai arti penting dari risiko dan kemungkinan terjadinya risiko, dan menentukan tindakan yang diperlukan untuk mengatur risiko.

c. Aktivitas Pengendalian (*control activity*)

Aktivitas pengendalian adalah kebijakan dan prosedur yang membantu memastikan bahwa tindakan yang perlu telah diambil untuk mengatasi risiko dalam pencapaian sasaran hasil entitas itu. Aktivitas pengendalian umumnya berhubungan dengan kebijakan dan prosedur yang bersangkutan dengan pemisahan kewajiban, pengolahan informasi, pengendalian fisik, dan tinjauan penampilan. Pengembangan aktivitas pengendalian yang berhubungan dengan kebijakan dan prosedur ini umumnya masuk ke dalam lima jenis aktivitas pengendalian spesifik, yaitu:

- 1) Pemisahan kewajiban yang memadai. Terdapat empat petunjuk umum pemisahan kewajiban untuk mencegah baik kecurangan dan kesalahan menjadi sangat penting bagi auditor, yaitu :
 - (a) Pemisahan penjagaan aset dari akuntansi.
 - (b) Pemisahan otoritas transaksi dari penjagaan aset terkait.

- (c) Pemisahan tanggung jawab operasional dari tanggung jawab penyimpanan.
 - (d) Pemisahan kewajiban teknologi informasi dari departemen pemakai.
- 2) Otoritas yang sesuai dari transaksi dan aktivitas. Setiap transaksi harus disahkan dengan benar jika kendali diharapkan untuk memuaskan. Jika ada orang dalam suatu organisasi yang bisa memperoleh atau membelanjakan aset dengan sesuka hati, akan dihasilkan kekacauan yang sepenuhnya. Otoritas dibagi menjadi dua yaitu:
- (a) Otoritas umum, berarti manajemen menetapkan kebijakan untuk diikuti oleh organisasi. Contohnya, dikeluarkannya daftar harga tetap untuk penjualan produk, batas kredit untuk pelanggan, dan titik pemesanan ulang yang ditetapkan untuk membuat akuisisi.
 - (b) Otoritas khusus, berlaku bagi setiap individual. Manajemen sering enggan menetapkan suatu kebijakan umum tentang otoritas untuk beberapa transaksi, sebagai gantinya mereka lebih suka membuat otoritas dengan dasar kasus per kasus. Sebagai contoh, otoritas penjualan oleh manajer penjualan suatu perusahaan. Terdapat perbedaan antara otoritas dengan persetujuan. Otoritas adalah suatu keputusan kebijakan baik untuk kelas umum transaksi maupun transaksi yang khusus.

Sedangkan persetujuan adalah implementasi dari keputusan otorisasi umum manajemen.

- (c) Dokumen dan catatan yang memadai, merupakan objek fisik dimana transaksi dimasukkan dan diringkaskan, meliputi materi yang berbeda seperti faktur penjualan, pesanan pembelian, catatan tambahan, jurnal penjualan dan catatan waktu karyawan.
- 3) Pengendalian fisik atas aset dan catatan. Untuk memelihara pengendalian intern yang memadai adalah penting untuk melindungi aset dan catatan. Jika aset dan catatan dibiarkan tidak terlindungi, mereka bisa dicuri, rusak atau hilang.
- 4) Pemeriksaan independen atas penampilan. Kebutuhan akan pemeriksaan independen timbul karena pengendalian internal cenderung untuk berubah seiring waktu, kecuali jika ada suatu mekanisme untuk tinjauan ulang yang sering. Personil sangat mungkin melupakan atau dengan sengaja gagal mengikuti prosedur, atau mereka menjadi teledor kecuali jika seseorang mengamati dan mengevaluasi penampilan mereka.⁸

d. Informasi dan Komunikasi (*information and communication*)

Adanya informasi yang dihasilkan sistem akuntansi yang terdiri dari metode dan catatan yang dibangun untuk mencatat, mengolah meringkas dan melaporkan transaksi entitas dan untuk memelihara akuntabilitas bagi aktiva, utang dan ekuitas yang bersangkutan. Suatu

⁸ Alvin A.Arens, dkk., *Auditing, Pelayanan dan Verifikasi* (Jakarta : PT.Indeks kelompok Gramedia, 2004), hlm. 405-409.

sistem informasi dan komunikasi akuntansi mempunyai beberapa subkomponen, biasanya terdiri dari kelas-kelas transaksi penjualan, return penjualan, penerimaan kas, akuisisi, dan lain-lain.⁹

Sistem informasi merupakan sarana keluar masuknya informasi akuntansi, pemilik perusahaan memerlukan informasi yang akurat untuk menelusuri aset serta mengukur laba dan rugi. Setiap sistem dalam perusahaan yang memproses data akuntansi harus mampu menangkap transaksi pada saat terjadinya, mencatat/menjurnal transaksi tersebut dengan cara yang akurat dan tepat waktu.¹⁰

e. Aktivitas Pengawasan (*Monitoring*)

Pengawasan atau pemantauan adalah proses penentuan kualitas kinerja pengendalian intern sepanjang waktu yang meliputi penentuan desain dan operasi pengendalian tepat waktu dan pengambilan waktu tindakan. Aktivitas pengawasan berhadapan dengan penilaian berkala atau berkelanjutan dari mutu penampilan/prestasi pengendalian internal oleh manajemen untuk menentukan bahwa pengendalian itu beroperasi seperti diharapkan, dan mereka dimodifikasi sesuai dengan perubahan dalam kondisi-kondisi.

Informasi untuk penilaian dan modifikasi datang dari berbagai sumber, mencakup studi tentang pengendalian intern yang ada, laporan auditor intern, laporan pengecualian atas aktivitas pengendalian, laporan oleh pembuat peraturan, seperti agen peraturan bank, umpan

⁹ Lilis Puspitawati dan Sri Dewi Anggadini, *Op.Cit.*, hlm. 214.

¹⁰ Walter T.Harisson Jr, dkk. *Akuntansi Keuangan* (Jakarta: Erlangga, 2011) ,hlm . 235..

balik dari personil operasional, dan keluhan dari pelanggan penagihan. Hal yang paling penting yang harus diketahui auditor tentang pengawasan adalah jenis utama aktivitas pengawasan yang digunakan sebuah perusahaan, dan bagaimana aktivitas ini digunakan untuk memodifikasi pengendalian internal saat diperlukan.¹¹

4. Unsur-Unsur Pengendalian Intern

Mulyadi mengemukakan 4 (empat) unsur pokok sistem pengendalian intern, yaitu:¹²

- a. Struktur organisasi yang memisahkan tanggung jawab fungsional secara tegas.
- b. Sistem wewenang dan prosedur pencatatan yang memberikan perlindungan yang cukup terhadap kekayaan, utang, pendapatan, dan biaya.
- c. Praktik yang sehat melaksanakan tugas dan fungsi setiap unit organisasi.
- d. Karyawan yang mutunya sesuai dengan tanggung jawab.

5. Pengendalian Intern Dalam Perspektif Islam

Dalam pandangan islam pengawasan dilakukan untuk meluruskan apa yang tidak lurus, mengoreksi yang salah, dan membenarkan yang hak. Pengawasan dalam islam dibagi menjadi dua hal, yaitu: pertama, pengawasan yang berasal dari diri sendiri yang bersumber dari tauhid dan keimanan kepada Allah. Seseorang yang yakin bahwa Allah pasti selalu mengawasi hamba-hambanya, maka ia akan bertindak hati-hati. Hal ini dijelaskan dalam surah Al-Mujadalah ayat 7:

¹¹ Alvin A. Arens, dkk. *Op.Cit.*, hlm.412

¹² Mulyadi, *Sistem Akuntansi* (Yogyakarta : YKPN, 1989), hlm. 163.

أَلَمْ تَرَ أَنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ مَا
يَكُونُ مِنْ نَجْوَى ثَلَاثَةٍ إِلَّا هُوَ رَابِعُهُمْ وَلَا خَمْسَةٍ
إِلَّا هُوَ سَادِسُهُمْ وَلَا أَدْنَى مِنْ ذَلِكَ وَلَا أَكْثَرَ إِلَّا هُوَ
مَعَهُمْ أَيَّنَ مَا كَانُوا ثُمَّ يُنَبِّئُهُمْ بِمَا عَمِلُوا يَوْمَ الْقِيَامَةِ

إِنَّ اللَّهَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya: Tidakkah kamu perhatikan, bahwa Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang ada di langit dan di bumi? tiada pembicaraan rahasia antara tiga orang, melainkan Dia-lah keempatnya. dan tiada (pembicaraan antara) lima orang, melainkan Dia-lah keenamnya. dan tiada (pula) pembicaraan antara jumlah yang kurang dari itu atau lebih banyak, melainkan Dia berada bersama mereka di manapun mereka berada. kemudian Dia akan memberitahukan kepada mereka pada hari kiamat apa yang telah mereka kerjakan. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui segala sesuatu.¹³

Kemudian juga harus didasari atas ketakwaan yang tinggi kepada Allah. Dimana dengan adanya ketakwaan kepada Allah maka akan ada rasa takut untuk melakukan suatu kecurangan dalam pekerjaan dan merasa bahwa Allah selalu melihat apa yang kita perbuat.

Kedua, suatu pengawasan akan lebih efektif jika sistem pengawasan ini dapat dilakukan dari luar diri sendiri. Sistem pengawasan ini dapat terdiri atas mekanisme pengawasan dari pemimpin yang berkaitan dengan

¹³ Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahnya* (Bandung : CV. Penerbit J-Art 2004), hlm. 792.

penyelesaian tugas yang telah didelegasi, kesesuaian antara penyelesaian tugas dan perencanaan, dan lain sebagainya.¹⁴

6. Kinerja Penjualan

Kinerja merupakan *performance* atau unjuk rasa. Kinerja dapat pula diartikan sebagai prestasi kerja atau pelaksanaan kerja atau hasil unjuk kerja. Kinerja adalah kemampuan atau prestasi yang dicapai dalam melaksanakan suatu tindakan tertentu. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan dan memenuhi kebutuhan masyarakat sangat tergantung dari kinerja perusahaan dan manajer dalam melaksanakan tanggung jawabnya.¹⁵

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia definisi “kinerja dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat dicapai, prestasi yang dapat diperhatikan dan kemampuan kerja”.¹⁶

Sementara itu, definisi kinerja menurut Lawler and Poter adalah

“*Succesfull role achievement*”, yang artinya sesuatu yang diperoleh dari perbuatannya. Artinya hasil yang dicapai seseorang menurut ukuran yang berlaku, dalam kurun waktu tertentu berkenaan dengan pekerjaan serta perilaku dan tindakannya.¹⁷

Sedangkan penjualan dalam artian sederhana adalah suatu pemindahan atau pengalihan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari penjual kepada pihak pembeli yang disertai dengan penyerahan imbalan dari pihak penerima barang atau jasa sebagai timbal balik atas penyerahan

¹⁴ <http://said-iqbal.blogspot.com/2012/01/fungsi-pengawasan-dalam-islam.html?m=1>

¹⁵ Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta : Bumi Aksara, 2006), hlm. 45.

¹⁶ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan , *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi 3* (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hlm. 570.

¹⁷ Suwanto dan Doni Juni Priansa, *Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 196.

tersebut. Lilis Puspitawati mengemukakan bahwa ‘penjualan merupakan aktivitas memperjual belikan barang dan jasa kepada konsumen’.¹⁸

Kinerja penjualan adalah suatu tingkat dimana seorang tenaga penjualan dapat mencapai target penjualan yang telah ditetapkan oleh manajer penjualan terhadap dirinya. Ukuran kinerja sering dikaitkan dengan keberhasilan dan kegagalan perusahaan dalam meraih tujuan pokok perusahaan, diantaranya adalah memperoleh laba, meningkatkan jumlah penjualan dan mempertahankan kelangsungan hidupnya. Penurunan kinerja merupakan pertanda buruk bagi sebagian perusahaan dan pelaku usaha. Bahkan dianggap awal kehancuran bagi sebagian pelaku usaha. Kinerja penjualan selalu dapat dipandang sebagai hasil dari dijalankannya sebuah peran stratejik tertentu, kinerja itu dihasilkan sebagai akibat dari keagresifan tenaga penjualan mendekati dan melayani dengan baik pelanggannya.¹⁹

Kinerja atau sesuatu yang dicapai atau kemampuan atau prestasi yang diperlihatkan tenaga penjualan bisa juga diartikan sebagai tingkatan sampai sejauh mana tenaga penjualan melaksanakan tanggung jawab dan tugas mereka. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa dengan terlampauinya target penjualan pada suatu perusahaan akan menunjukkan kesungguhan tenaga penjual dalam mengerjakan tugas dan tanggung jawabnya.

¹⁸ Lilis Puspitawati dan Sri Dewi Anggadini, *Op.Cit.*, hlm. 220.

¹⁹ <http://skripsi-konsultasi.com/2015/11/pengertian-kinerja-tenaga-penjualan.html>.
Diakses pada hari jum'at 22 April 2016, pkl 10:00.

Penjualan adalah tindak lanjut dari pemasaran, penjualan merupakan salah satu transaksi yang penting dalam suatu perusahaan. Kegiatan penjualan terdiri dari transaksi penjualan barang dan jasa, baik secara tunai maupun kredit.

Konsep penjualan menyatakan bahwa konsumen dan bisnis, jika ditinggalkan sendiri biasanya tidak akan membeli cukup banyak produk-produk organisasi. Oleh karena itu organisasi harus melakukan usaha penjualan dan promosi yang agresif. Berbeda dengan pemasaran, penjualan tidaklah sama dengan pemasaran. Theodore Levitt dari Harvard yang dikutip oleh Kotler mengemukakan perbedaan pemikiran yang kontras antara konsep penjualan dengan pemasaran : Penjualan berfokus pada kebutuhan penjual, sementara pemasaran berfokus pada kebutuhan pembeli. Penjualan memberi perhatian pada kebutuhan penjual untuk mengubah produknya menjadi uang tunai, sementara pemasaran mempunyai gagasan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan lewat sarana-sarana produk dan keseluruhan kelompok barang yang dihubungkan dengan hal menciptakan, menyerahkan dan akhirnya mengkonsumsinya.²⁰

Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan antara lain sebagai berikut:²¹

- a. produk (*product*)
- b. harga (*price*)
- c. distribusi (*distribution*)

²⁰ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : Indeks, 2007), hlm.18-19.

²¹ Winardi, *Marketing dan Perilaku Konsumen* (Bandung : Mandar Maju, 1991), hlm. 52.

d. promosi (*promotion*)

Keempat faktor tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Produk (*product*). Produk bukanlah sekedar barang atau jasa yang dirancang, produk mencakup riset dan pengembangan serta semua layanan yang menyertai produk seperti instalasi, pemeliharaan, dan kualitas.
- b. Harga (*price*). Harga adalah biaya atau sesuatu yang harus dikeluarkan pembeli untuk mendapatkan suatu produk. Walaupun harga biasanya sejumlah uang, beberapa pertukaran dapat berupa saling memberi barang dan jasa oleh kedua belah pihak.
- c. Distribusi (*distribution*). Distribusi adalah memastikan bahwa produk tersedia pada saat dan pada produk tersebut diinginkan. Distribusi juga menyangkut keputusan-keputusan seperti berapa banyak persediaan harus disimpan dan dimana harus membangun gudang.
- d. Promosi (*promotion*). Promosi adalah istilah umum yang digunakan untuk menjelaskan keseluruhan kegiatan komunikasi, penjualan periklanan, penjualan tatap muka, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat.

7. Klasifikasi Penjualan

Secara umum transaksi penjualan dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

- a. Penjualan tunai, yaitu penjualan yang bersifat *cash and carry*, pada umumnya terjadi secara kontan dan dapat pula terjadi pembayaran selama satu bulan dianggap kontan.

- b. Penjualan kredit, yaitu penjualan dengan tenggang waktu rata-rata lebih dari satu bulan. Definisi jual beli kredit secara terminologis adalah menjual sesuatu dengan pembayaran tertunda, dengan cara memberikan cicilan dalam jumlah tertentu dalam beberapa waktu secara tertentu, lebih mahal daripada harga kontan.

8. Tujuan Penjualan

Dalam suatu perusahaan, kegiatan penjualan merupakan kegiatan yang paling penting, karena dengan adanya kegiatan penjualan tersebut terbentuklah laba yang dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Tujuan seseorang atau sekelompok orang melakukan usaha adalah agar modal yang mereka tanamkan dalam perusahaan itu berkembang. Dari segi perusahaan tujuan para penanam modal tersebut diterjemahkan dalam bentuk laba. Jadi tujuan utama perusahaan adalah mencari laba dan meningkatkan volume penjualan.²²

Untuk mencapai laba yang optimal, semua perusahaan harus mengklasifikasikan suatu produk atau memberikan jasa sesuai dengan permintaan penjualan. Penjualan harus menghasilkan suatu pendapatan yang cukup untuk menutupi biaya operasional perusahaan dan memberikan keuntungan bagi investor.

Tujuan penjualan pada umumnya adalah mencapai laba yang optimal dengan modal yang minimal. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan harus mempunyai sasaran dan misi tertentu, diantaranya:

²² *Ibid.*, hlm. 55.

- a. Memenuhi tujuan dalam sebuah organisasi
- b. Memenuhi gambaran kepada orang lain dalam sebuah organisasi tentang arti spesifik peranan mereka dalam organisasi.
- c. Menimbulkan konsisten dalam hal pengambilan keputusan antara sejumlah besar manajer yang berbeda.
- d. Memberikan dasar untuk menyusun perencanaan spesifik.
- e. Memberikan landasan untuk tindakan korektif serta pengawasan.²³

Sedangkan tujuan dalam pandangan Islam tidak jauh beda dengan tujuan penjualan pada umumnya. Dalam pandangan Islam, Keuntungan (al-fallah) adalah salah satu tujuan Islam melalui ajaran-Nya. Tidak dibenarkan dalam Islam jika seorang muslim tidak mendapatkan keuntungan dalam ibadah mumpungnya dan merasakan kebahagiaan dalam hidup dan kehidupannya. Allah swt sengaja menurunkan Islam melalui junjungan kita Muhammad Saw, agar seluruh manusia di bumi memperoleh keuntungan dan kebahagiaan (al-fallah). Bagaimana mungkin seorang muslim yang telah dibekali doktrin ajaran yang hebat dan luar biasa ini mengalami keterpurukan dan menderita secara ekonomi. Padahal Islam adalah agama ekonomi, sebuah ajaran Tuhan yang menggiring umat manusia menjadi kaya raya dalam berbagai aspek, ajaran yang mengajarkan kepada umat manusia agar mementingkan ekonomi, agar dapat memakmurkan bumi ini dengan baik.²⁴

²³ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Op.Cit.*, hlm. 532.

²⁴ Monzer Kahf, Ph.D, *Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995) hlm.9.

9. Penjualan Perspektif Islam

Ekonomi adalah sistem pendapatan dan pengeluaran yang dilakukan berdasarkan kinerja yang mendatangkan keuntungan dan kebahagiaan. Kinerja dalam perspektif Islam merupakan kesuksesan seseorang di dalam melaksanakan suatu pekerjaan, sejauh mana keberhasilan seseorang atau organisasi dalam menyelesaikan pekerjaannya tersebut berdasarkan pada kaidah-kaidah atau syariat Islam. Hal ini dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Al-Ahqaaf ayat 19:

وَلِكُلِّ دَرَجَاتٍ مِّمَّا عَمِلُوا ۖ وَلِيُؤْفِيَهُمْ أَعْمَالَهُمْ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ ﴿١٩﴾

Artinya: Dan bagi masing-masing mereka derajat menurut apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan bagi mereka (balasan) pekerjaan-pekerjaan mereka sedang mereka tiada dirugikan.²⁵

Maksud ayat tersebut adalah bahwasanya Allah pasti akan membalas setiap amal perbuatan manusia berdasarkan apa yang telah mereka kerjakan. Artinya jika seseorang melaksanakan pekerjaan dengan baik dan menunjukkan kinerja yang baik pula bagi organisasinya maka ia akan mendapat hasil yang baik pula dari kerjanya dan akan memberikan keuntungan bagi organisasinya.²⁶

Dalam Islam, ekonomi adalah bagian dari tatanan islam yang perspektif. Islam meletakkan ekonomi posisi tengah dan keseimbangan yang adil. Keseimbangan ini diterapkan dalam segala bidang ekonomi. Segi

²⁵ Departemen Agama, *Op.Cit.*, hlm. 352.

²⁶ Mardani, *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2012) hlm. 10.

imbang antara modal dan usaha, antara produksi dan konsumsi, antara produsen, perantara, dan konsumen dan antara golongan-golongan dalam masyarakat. Termasuk dari keadilan dalam pola produksi, distribusi, dan sirkulasi ekonomi adalah adanya pelarangan jual beli yang dipandang merugikan kedua belah pihak atau salah satunya.²⁷

Namun pada praktik jual-beli terkadang manusia lupa bahwa semua aktivitas yang dilakukannya seharusnya dikerjakan dalam kerangka “*ibadah*”, Sehingga masing-masing orang harus berpikir untuk dapat berbuat sesuatu dalam rangka menciptakan *mashlahah* timbal-balik (antar sesama manusia) yang semuanya kembali dari keyakinan konsep kepemilikan harta yang ada dalam islam.

Penjualan menurut perspektif islam merupakan suatu kegiatan menukar barang dengan uang dengan suka rela diantara kedua belah pihak (penjual dan pembeli) sesuai dengan ketentuan syara'.²⁸ Tujuan dari penjualan yaitu menjual dari apa yang telah dihasilkan.

Hal ini dijelaskan dalam al-Qur'an surah An-Nisa ayat: 29:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ
بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن

²⁷ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2010) hlm. 203

²⁸ Hendi Suhandi, *Fiqih Muamalah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm. 68-69.

تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ

بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.²⁹

Maksud ayat di atas adalah selama transaksi tersebut dilakukan sesuai aturan syar'i maka hukumnya halal. Tentu transaksi jual beli ini bukanlah satu-satunya cara yang halal untuk mendapatkan harta, disana ada hibah, warisan, dll. Jual beli itu harus dilandasi dengan keikhlasan dan keridhoan. Artinya tidak boleh ada kedhaliman, penipuan pemaksaan dan hal-hal yang merugikan kedua belah pihak. Oleh karena itu pembeli berhak mengembalikan barang yang dibeli ketika mendapati barangnya tidak sesuai dengan yang diinginkan.³⁰

Berdasarkan ayat di atas dapat disimpulkan bahwa penjualan diperbolehkan dalam islam dengan syarat berlaku jujur, adil dan tidak menzalimi para konsumen. Berbeda dengan penjualan atau pun pemasaran yang tidak berdasarkan syariah atau konvensional, Perbedaan utama antara transaksi penjualan atau pemasaran syariah dan pemasaran konvensional terletak pada nilai-nilai yang dianut oleh marketer maupun sales. Marketer atau sales konvensional lebih mengutamakan target dan keuntungan besar bagi perusahaan sedang marketer atau sales syariah tidak

²⁹Dapartemen Agama, *Op. Cit.*, hlm. 83.

³⁰Mardani, *Op.Cit.*, hlm.12

hanya keuntungan yang dikejar tetapi juga nilai kejujuran dan keadilan juga diutamakan karena marketer syariah tidak hanya bertanggung jawab pada perusahaan dan pelanggan tetapi juga bertanggung jawab pada Allah.³¹

Kinerja penjualan adalah suatu tingkat dimana seorang tenaga penjualan dapat mencapai target penjualan yang telah ditentukan berdasarkan pada kode etik bisnis yang telah ditetapkan dalam syariat Islam. Prinsip umum yang ditetapkan dalam hukum Islam adalah bahwa orang sepatutnya tidak saling merampas hak milik pribadi dengan cara-cara yang salah seperti yang telah dijelaskan dalam surah An-Nisa ayat 29 di atas.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Pengendalian Intern Terhadap Kinerja Penjualan” ini bukan pertama kalinya diteliti. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang hampir sama dengan judul yang peneliti teliti.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama peneliti/ Tahun	Judul	Hasil penelitian	Perbedaan
Linda Oktarnia/ 2011 (Jurnal, Universitas Maritim Raja Ali Haji,	Pengaruh pengendalian internal terhadap kinerja karyawan pada bidang keuangan rumah sakit Tanjung Pinang dan Bintan.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lingkungan pengendalian, aktivitas pengendalian, penaksiran risiko, informasi dan komunikasi,	Penelitian ini fokus pada pengendalian intern sebagai variabel bebas (X) dan kinerja penjualan sebagai variabel terikat (Y). Sedangkan penelitian sebelumnya berfokus pada pengendalian intern sebagai variabel

³¹ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Islam* (Jakarta: Kencana, 2006) hlm.16.

Tanjung Pinang.)		dan pemantauan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan pada bidang keuangan simultan.	bebas (X) dan kinerja karyawan bagian keuangan sebagai variabel terikat (Y)
Anggun Prameswari Anasti/2013 (Skripsi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Jawa Timur)	Pengaruh sistem pengendalian intern terhadap efektivitas penjualan pada PT.Astra International Tbk-JSO cabang Jemursari Surabaya.	Penelitian ini sebagian teruji kebenarannya, karena struktur organisasi, sistem otorisasi dan prosedur pencatatan, praktek yang sehat, tidak berpengaruh terhadap efektivitas penjualan. sedangkan karyawan yang cakap berpengaruh positif terhadap efektivitas penjualan.	Survei yang dilakukan pada penelitian ini pada CV.OMCO JAYA Padangsidempuan. Sedangkan penelitian sebelumnya objek penelitian dilakukan pada PT. Astra International Tbk-JSO cabang Jemursari Surabaya. Penelitian ini berfokus pada pengendalian intern sebagai variabel bebas (X) dan kinerja penjualan sebagai variabel terikat (Y), sedangkan penelitian sebelumnya berfokus pada pengendalian intern sebagai variabel bebas dan efektivitas penjualan sebagai variabel terikat.
Aam Bastaman/ 2013 (Tesis, Universitas Indonesia.)	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja penjualan pada perusahaan direct selling multilevel marketing multinasional di Indonesia: Studi kasus pada PT Amindoway Jaya	Secara keseluruhan faktor-faktor yang memberi pengaruh terbesar terhadap kinerja penjualan adalah faktor Kualitas Produk, program Insentif dan Jaminan	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, yaitu melihat bagaimana pengaruh pengendalian intern terhadap kinerja penjualan. Sedangkan penelitian sebelumnya memfokuskan pada faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja

		Kepuasan 100%. Coefficient of Multiple Correlation diantara variabel variabel X dan Y tersebut sebesar 0.6627 (66.27%), yang berarti pengaruh variabel-variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) sebesar 66.27%.	penjualan yaitu kualitas produk, program insentif dan jaminan kepuasan.
Yefta Deni Natanael Luwis / 2015 (Tesis, Universitas Atmajaya, Yogyakarta)	Analisis faktor-faktor kinerja <i>selling-in</i> yang mempengaruhi kinerja penjualan produk Nestle Indofood cita rasa Indonesia pada PT. Indomarco Adi Prima cabang Yogyakarta.	Kemampuan tenaga penjualan dan dukungan prinsipal memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap kinerja <i>selling-in</i> . Sebaliknya, untuk strategi pelayanan outlet memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja <i>selling-in</i> .	Penelitian ini melihat bagaimana pengaruh pengendalian intern terhadap kinerja penjualan, sedangkan penelitian sebelumnya lebih berfokus pada faktor-faktor kinerja <i>selling-in</i> yang mempengaruhi kinerja penjualan.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir dalam penelitian ini menerapkan salah satu faktor agar kinerja penjualan dapat dilakukan dengan baik adalah terdapatnya sistem pengendalian intern yang baik dan memadai didalam perusahaan. Mengingat pentingnya kegiatan penjualan dalam perusahaan, maka harus diperhatikan

unsur-unsur didalam pengendalian intern yang merupakan dasar bagi terlaksananya kinerja penjualan.

Terjadinya penyimpangan yang timbul dari kegiatan penjualan sangat besar apabila pengelolaan kegiatan penjualan tidak dikendalikan dengan sistem pengendalian intern yang baik dan memadai, maka secara langsung akan merugikan perusahaan karena sasaran penjualan tidak terealisasi dan mengakibatkan kerugian pada perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada CV.OMCO JAYA Padangsidempuan, yang merupakan salah satu perusahaan dagang di Padangsidempuan.

Berdasarkan teori di atas, maka pengembangan kerangka pemikiran dapat dilihat seperti di bawah ini :



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran di atas menjelaskan tentang kedua variabel yaitu variabel bebas adalah pengendalian intern dan kinerja penjualan sebagai variabel terikat. Pengendalian intern berpengaruh terhadap kinerja penjualan, artinya semakin baik pengendalian intern yang dilakukan, maka akan semakin baik pula kinerja penjualan yang akan dicapai.

D. Hipotesis

Dalam suatu penelitian, hipotesis merupakan kesimpulan sementara (pernyataan) yang harus di buktikan kebenarannya. Suharsimi Arikuntoro menyatakan bahwa ‘‘Hipotesis adalah jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul’’.³²

Hipotesis dalam penelitian kuantitatif dapat berupa hipotesis satu variabel dan hipotesis dua variabel atau lebih variabel yang dikenal dengan variabel kausal. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah adanya pengaruh pengendalian intern terhadap kinerja penjualan pada CV. Omco Jaya Padangsidimpuan.

³² Suharsimi Arikuntoro, *Manajemen Penelitian* (Jakarta : Rineka Cipata, 2009), hlm.71.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan, maka yang menjadi lokasi penelitian ini adalah pada CV. Omco Jaya Padangsidimpuan. Penelitian ini dimulai pada bulan April sampai dengan Juni 2016.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif. Berdasarkan datanya termasuk analisis deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan rumus-rumus tertentu yang disesuaikan dengan topik-topik permasalahan yang akan diteliti. Sedangkan untuk analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih detail mengenai suatu gejala atau fenomena.¹

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Setiap penelitian empiris memerlukan objek penelitian yang biasa dikenal dengan populasi. Populasi adalah keseluruhan gejala atau satuan yang ingin diteliti.² Mudrajad Kuncoro menjelaskan populasi adalah “kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, obyek, transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik untuk menjadikannya objek penelitian.”³ Dalam penelitian ini yang menjadi

¹ Bambang Prasetyo, Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif, teori dan aplikasi* (Jakarta : RajaGrafindo, 2005), hlm.42.

² *Ibid.*, hlm. 119

³ Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi* (Jakarta : Erlangga, 2009), hlm. 118.

populasi penelitian adalah seluruh karyawan pada CV. Omco Jaya Padangsidempuan yang berjumlah 46 karyawan.

b. Sampel

Mudrajad Kuncoro mengemukakan bahwa “sampel adalah suatu himpunan atau bagian dari unit populasi atau wakil jumlah populasi yang diteliti.⁴ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut paut dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Adapun kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel penelitian ini adalah karyawan yang terkait pada kegiatan penjualan, yaitu berjumlah 30 karyawan.

D. Sumber Data

Adapun sumber data atau informasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok, dan organisasi dan belum diolah.⁵ Data primer dalam penelitian ini adalah data hasil pengisian angket dari responden. Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain.

⁴ *Ibid.*, hlm. 119

⁵ Rosadi Ruslan, *Metode Penelitian, Public Relations dan Komunikasi* (Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2004), hlm.29.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data secara terperinci dan baik, maka peneliti menggunakan instrumen pengumpulan data, yaitu kuesioner atau angket, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pertanyaan dalam kuesioner berkaitan dengan indikator-indikator variabel. Caranya dengan memilih salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan. Setiap butir pertanyaan disertai jawaban dengan menggunakan skala skor nilai.⁶ Dalam pengukuran kuesioner, peneliti menggunakan skala likert, yaitu mengindikasikan kategori yang menjadi urutan pertama posisinya lebih tinggi daripada urutan kedua, dan kategori yang kedua lebih tinggi daripada kategori yang ketiga, begitu seterusnya.⁷

Tabel 3. 1 Skala Likert

Kategori	Bobot Nilai
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral/ragu-ragu	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu skala pengukuran disebut valid apabila melakukan apa yang seharusnya dilakukan, dan mengukur apa yang

⁶ Nur Asnani, Masyhuri, *Metode Riset Manajemen Pemasaran* (Malang : UIN-Maliki, 2011), hlm.162-163.

⁷ *Ibid.*, hlm.158

seharusnya diukur.⁸ Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang diukur.

Pengujian validitas item dalam SPSS bisa menggunakan tiga metode analisis, yaitu korelasi pearson, corrected item total correlation, dan analisis faktor. Metode pengujian validitas yang dilakukan dalam penelitian adalah metode korelasi pearson, yaitu dengan cara mengkorelasikan skor item dengan skor totalnya. Skor total adalah penjumlahan seluruh item pada satu variabel. Kemudian pengujian signifikan dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika nilai positif dan r hitung \geq r tabel maka item dapat dinyatakan valid, jika r hitung $<$ r tabel maka item dinyatakan tidak valid.⁹

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner, maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur rentangan adalah *Cronbach Alpha*. Untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak menggunakan batasan 0,6. Menurut Sekaran, reliabilitas kurang dari 0,6 adalah baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.¹⁰

⁸ Mudrajad Kuncoro, *Op.Cit.*, hlm.172.

⁹ Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta : ANDI, 2014), hlm. 54.

¹⁰ *Ibid.*, hlm. 64.

G. Teknik Analisis Data

Pengukuran kuesioner yang didapat dari responden dalam penelitian ini menggunakan data ordinal. Namun, karena penelitian ini adalah bersifat regresi dimana data setidaknya adalah interval, maka peneliti melakukan transformasi data ordinal menjadi interval untuk variable terikat.

1. Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval

Mentransformasi data ordinal menjadi data interval berguna untuk memenuhi sebagian dari syarat analisis parametrik, yang mana data setidaknya berskala interval. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan MSI (*Method of Successive Interval*). Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

- a. Perhatikan setiap butir jawaban responden dari angket yang disebarkan.
- b. Pada setiap butir ditentukan berapa orang yang mendapat skor 1,2,3,4 dan 5 yang disebut sebagai frekuensi.
- c. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proporsi.
- d. Tentukan nilai proporsi kumulatif dengan jalan menjumlahkan nilai proporsi secara berurutan per kolom skor.
- e. Gunakan tabel distribusi normal, hitung nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh.
- f. Tentukan nilai tinggi densitas untuk setiap nilai Z yang diperoleh (dengan menggunakan tabel tinggi densitas).

g. Tentukan nilai skala dengan rumus:

$$NS = \frac{(\text{Density at Lower Limit}) - (\text{Density Upper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit}) - (\text{Area Below Lower Limit})}$$

h. Tentukan nilai transformasi dengan rumus : $Y = NS + (1+) NS_{\min}$ ¹¹

2. Regresi Linier Sederhana

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus regresi sederhana. Regresi atau peramalan adalah suatu proses memperkirakan secara sistematis tentang apa yang paling mungkin terjadi dimasa yang akan datang berdasarkan informasi masa lalu dan sekarang dimiliki agar kesalahannya dapat diperkecil. Jadi regresi mengemukakan tentang keingintahuan apa yang terjadi di masa depan untuk memberikan kontribusi menentukan yang terbaik. Analisis regresi digunakan untuk memprediksi bagaimana perubahan variabel dependen bila variabel independen diubah nilainya.¹²

Mencari persamaan regresi sederhana adalah $Y' = a + bx$

Dimana :

Y' = Subjek variabel terikat yang diproyeksikan

X = Variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu untuk diprediksikan

a = Nilai konstanta Y jika $x = 0$

b = Nilai arah sebagai penentu ramalan yang menunjukkan nilai peningkatan (+) atau nilai penurunan (-) variabel Y .

3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk

¹¹ Riduwan, Engkos Ahmad Kuncoro, *Cara Mudah menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)* (Bandung : ALFABETA, 2011), hlm. 30.

¹² Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung : Alfabeta, 2012), hlm.215.

mengukur data secara ordinal, interval atau rasio. Dalam penelitian akan digunakan uji normalitas berdasarkan grafik menggunakan program SPSS 22.

Disamping itu, uji normalitas dapat juga dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Konsep dasar dari uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* adalah dengan membandingkan distribusi data (yang akan diuji normalitasnya) dengan distribusi normal baku. Jadi, uji *Kolmogorov-Smirnov* ini adalah uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal baku. Dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05.¹³

4. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian SPSS dengan menggunakan *Test For Linearity* pada taraf signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikan kurang dari 0,05. Dalam penelitian ini analisis dilakukan dengan bantuan *software* SPSS Versi 22.¹⁴

5. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis (Uji t) adalah uji yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variable bebas secara individual dalam menerangkan

¹³ Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta : Mediakom, 2008), hlm.28.

¹⁴ *Ibid.*, hlm. 36.

variasi variabel terikat. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui hasil signifikan atau tidak, angka t hitung akan dibandingkan dengan t tabel. Apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibanding nilai t tabel, maka hipotesis alternatif diterima, yang menyatakan bahwa suatu variabel bebas secara individual mempengaruhi variabel terikat. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05.

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar variasi variabel bebas menjelaskan variabel terikat, R^2 digunakan untuk mengukur besarnya proporsi atau persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien berkisar antara 0 sampai dengan 1, jika R^2 semakin besar mendekati 1 menunjukkan semakin kuatnya pengaruh variabel terikat, dan jika R^2 semakin kecil mendekati 0 maka dapat dikatakan semakin kecilnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah CV. Omco Jaya Padangsidimpuan

CV. Omco Jaya pertama kali didirikan oleh Bapak Alex Fhang, seorang keturunan Tionghoa pada tanggal 04 Januari 2001 di Sibolga. Bisnis keluarga ini secara bertahap berkembang sebagai perusahaan distribusi yang berkomitmen untuk menempatkan diri sebagai salah satu perusahaan distributor yang handal dan terpercaya di pantai barat Sumatera, dan mampu memberikan nilai dan manfaat yang berharga kepada produsen pengguna jasa dengan terus menerus mengembangkan diri untuk menjadi yang terbaik.

Perusahaan Omco Jaya tersebut tidak begitu mulus dalam aktivitasnya, sehingga perusahaan Omco Jaya hanya berjalan sembilan tahun di Sibolga. Akhirnya, perusahaan tersebut tutup pada tahun 2009. Seiring berkembangnya zaman, perusahaan Omco Jaya didirikan kembali oleh Bapak Mail Fhang adik dari Bapak Alex Fhang, tetapi tidak di daerah Sibolga melainkan di kota Padangsidimpuan pada tahun 2010. Perusahaan resmi membentuk suatu persekutuan yang diberi nama CV. Omco Jaya Padangsidimpuan tepatnya tanggal 21 Nopember 2012. Sehingga pimpinan CV. Omco Jaya Padangsidimpuan sampai sekarang masih bapak Mail Fhang.

CV. Omco Jaya Padangsidimpuan merupakan suatu perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan (*trading*) yaitu kegiatan usahanya

melakukan transaksi pembelian barang dagang untuk dijual kembali. Dan juga bergerak dibidang distribusi (*distribution*) yaitu kegiatan usahanya untuk menyalurkan barang dari produsen ke konsumen agar produk tersebut tersebar luas.

Motto CV. Omco Jaya Padangsidimpuan yaitu *sprit together* yang berarti semangat bersama. Artinya, menumbuhkan semangat kerja dalam tim dalam melakukan aktivitasnya agar tercapai tujuan yang diharapkan. Terciptanya rasa kekeluargaan diantara karyawan yang menumbuhkan hubungan yang baik tentu akan menambah semangat bagi karyawan tersebut dalam menjalankan aktivitasnya.

Berkembangnya CV. Omco Jaya Padangsidimpuan selama empat tahun terakhir dari 2012 sampai 2016 sangat baik, ditunjukkan dengan perluasan perusahaan baru di berbagai wilayah, yaitu: CV. Omco Jaya Sibolga, CV. Omco Jaya Padangsidimpuan dan CV. Omco Jaya Baru Padangsidimpuan

2. Daerah Pemasaran

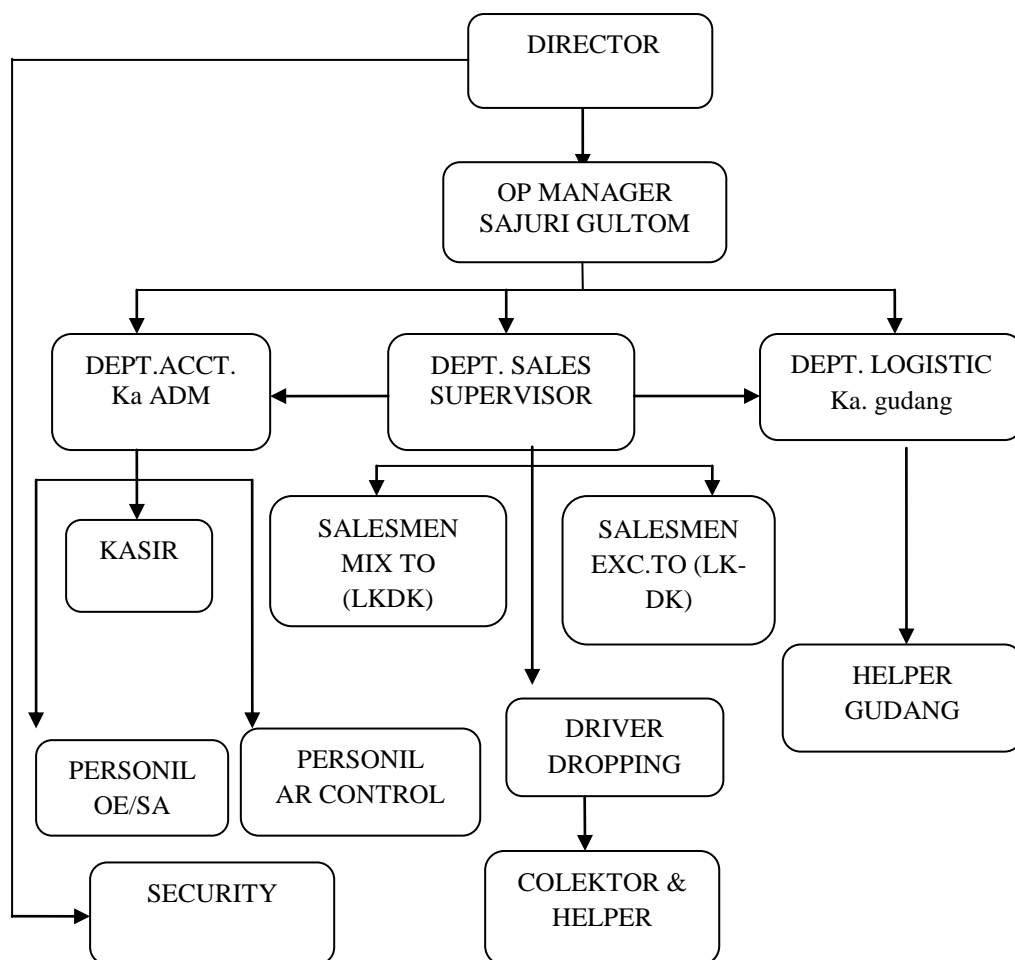
Daerah pemasaran CV. Omco Jaya Padangsidimpuan di berbagai wilayah, yang tidak terlalu jauh dari perusahaan, yaitu:

- a. Kota Padangsidimpuan
- b. Tapanuli Selatan
- c. Kabupaten Madina
- d. Kabupataen Padang Lawas
- e. Kabupaten Padang Lawas Utara
- f. Kota Sibolga

g. Kabupataen Tapanuli Tengah

3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan suatu bentuk pelimpahan tugas dan tanggung jawab yang ada pada setiap perusahaan. Struktur organisasi CV. Omco Jaya Padangsidimpuan disusun dengan memperhatikan tingkatan manajemen agar arus komunikasi efisien dan pengambilan keputusan dapat dilakukan secara cepat.



Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV. Omco Jaya Padangsidimpuan

Sumber: CV. Omco Jaya Padangsidimpuan

4. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab:

a. Pimpinan perusahaan

Tugas dan tanggung jawab pimpinan perusahaan yaitu:

- 1) Memastikan tercapainya target bisnis perusahaan yang telah ditetapkan berikut unit koordinasinya.
- 2) Memastikan kepatuhan tingkat kesehatan seluruh aktifitas perusahaan.
- 3) Memastikan, mengendalikan, dan mengawasi secara langsung unit-unit kerja menurut tugasnya, pengembangan dan pengendalian usaha serta pengelolaan administrasi di lingkungan perusahaan.

b. Operasional Manajer

Tugas dan tanggung jawab operasional manajer adalah:

- 1) Memimpin, mengatur, mengendalikan, mengembangkan perusahaan.
- 2) Mengatasi berbagai masalah yang terjadi dalam organisasi.
- 3) Menumbuhkan kepercayaan dan tanggung jawab.
- 4) Melakukan evaluasi terhadap kegiatan yang telah dilakukan perusahaan.
- 5) Menggali dan mengembangkan potensi sumber daya.

c. *Salesmen*

Tugas dan tanggung jawab *salesman* adalah:

- 1) Mengkomunikasikan informasi produk perusahaan.

- 2) Pendekatan, persentase, menjawab keberatan dan menutup penjualan.
- 3) Menyediakan berbagai pelayanan untuk pelanggan, mengetasi keberatan, mengatur keuangan, dan mempercepat pengiriman barang.
- 4) Melakukan riset pasar dan melakukan tindakan tepat.

d. *Sales admin*

Tugas dan tanggung jawab sales admin adalah:

- 1) Membuat penawaran harga kepada calon pembeli.
- 2) Merencanakan jadwal pengiriman barang.
- 3) Mengelola penyimpanan stock barang.
- 4) Menyiapkan surat jalan untuk pengiriman barang pesanan pelanggan.
- 5) Menyiapkan *invoice* dan faktur pajak.
- 6) Membuat laporan penjualan dan *account receive*.

e. *Ar control*

Tugas dan tanggung jawab *ar control* adalah :

- 1) Mencatat dan mengarsipkan seluruh transaksi penjualan dengan benar.
- 2) Membuat file piutang penjualan dengan benar.
- 3) Menyiapkan piutang dagang dan mengelola piutang bermasalah.
- 4) Memeriksa laporan tanda terima tagihan.

f. Kasir

Tugas dan tanggung jawab kasir adalah :

- 1) Menjalankan proses penjualan dan pembayaran.
- 2) Melakukan pencatatan atas semua transaksi.
- 3) Melakukan pengecekan atas jumlah barang pada saat penerimaan barang.
- 4) Melakukan pencatatan kas fisik serta melakukan pelaporan kepada atasan.
- 5) Melakukan pengecekan atas stock bulanan.

g. *Chief accounting*

Tugas dan tanggung jawab *chief accounting* adalah:

- 1) Mengkoordinir operasional penyusunan laporan keuangan.
- 2) Membuat *budget* perusahaan dan perencanaan aliran dana.
- 3) Memimpin jalannya rutinitas dibagian keuangan serta bertanggung jawab total di bagian accounting.

h. *field supervisor*

Tugas dan tanggung jawab *field supervisor* adalah:

- 1) Bertanggung jawab terhadap keseluruhan sepak terjang pelaksanaan di lapangan.
- 2) Berkewajiban mencari lahan, tenaga kerja dan sistem kerja (antara penanggung jawab dengan pelaksanaan/penggarap dan konsultan).
- 3) Mengkoordinir keseluruhan proses distribusi dan bertanggung jawab terhadap kecukupan sarana.

i. Kepala gudang

Tugas dan tanggung jawab kepala gudang adalah:

- 1) Melakukan penerimaan barang dan meneliti apakah barang yang sesuai dengan faktur pembelian dan surat pesanan.
- 2) Membuat bukti barang masuk.
- 3) Menyiapkan barang sesuai dengan surat pesanan dari relasi untuk dikirim.
- 4) Membuat laporan stock barang dan surat permintaan barang yang ditunjukkan kepada direktur logistik.

j. Administrasi gudang

Tugas dan tanggung jawab administrasi gudang adalah:

- 1) Mengurus data di dalam gudang seperti barang masuk dan barang keluar, sisa stock gudang dan mencatat permintaan barang dari luar.
- 2) Bertanggung jawab terhadap kesesuaian data dengan stock barang yang ada dan melaporkannya ke kepala gudang.

k. *Helper* gudang

Tugas dan tanggung jawab *helper* gudang adalah:

- 1) Membantu secara langsung dalam pengiriman barang ke relasi.
- 2) Mempertanggung jawabkan pelaksanaan kerja ke kepala gudang, melaporkan jika barang tersebut telah dikirim.

l. *Collector*

Tugas dan tanggung jawab *collector* yaitu:

- 1) Mengingatkan kepada pelanggan tangga jatuh tempo dari cicilan melalui telepon.
- 2) Memberikan pengertian kepada pelanggan mengenai kewajiban dalam hal melakukan pembayaran.

m. *Driver*

Tugas dan tanggung jawab *driver* adalah :

- 1) Mengantar dan menjemput barang-barang yang berkaitan dengan perusahaan.
- 2) Bertanggung jawab penuh terhadap perlengkapan mobil dan semua yang berkaitan dengan mobil.
- 3) Menjaga kebersihan mobil luar dan dalam setiap hari.
- 4) Memastikan kondisi mobil dalam keadaan baik termasuk kondisi mesin, accu, radiator, oli, ban, dan sebagainya.
- 5) Disiplin waktu, dan parkir ditempat paker.

n. *Security*

Tugas dan tanggung jawab *security* adalah:

- 1) Menyelenggarakan keamanan dan ketertiban lingkungan atau kawasan kerja.
- 2) Melindungi dan mengamankan segala ancaman yang berasal dari luar atau dalam perusahaan.

5. Jumlah Tenaga Kerja dan Jam Kerja

Tenaga kerja CV. Omco Jaya Padangsidimpun berjumlah 46 karyawan. Adapun sistem jam kerja pada CV. Omco Jaya Padangsidimpun adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Jam Kerja CV. Omco Jaya Padangsidimpun

No	Harikerja	Jam masuk	Jam istirahat	Jam keluar
1	Senin	08.00	12.00-13.30	16.00
2	Selasa	08.00	12.00-13.30	16.00
3	Rabu	08.00	12.00-13.30	16.00
4	Kamis	08.00	12.00-13.30	16.00
5	Jumat	08.00	12.00-13.30	16.00
6	Sabtu	08.00	12.00-13.30	16.00

Sumber: CV. Omco Jaya Padangsidimpun

6. Principle dan Produk

Principle adalah perusahaan yang menjadi pemilik dari produk yang didistribusikan pada perusahaan distributor. Sedangkan jenis produk yang ditawarkan oleh CV. Omco Jaya Padangsidimpun adalah *consumer goods* yang berarti barang-barang konsumsi. Maksudnya, barang yang dibutuhkan secara rutin dan terus menerus oleh masyarakat. Misalnya produk kebutuhan badan seperti: makanan, minuman, sabun, makanan ringan, dan lain-lain.

Adapun *principle* dan produk pada CV. Omco Jaya Padangsidimpun adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Daftar *Principle* dan Produk CV. Omco Jaya Padangsidimpun

NO	PRINCIPLE	PRODUK
1	PT.BBD	FANBO
2	PT.FDN	SHINZUI
3	PT.INTRA SARI RAYA	HIT

4	PT.AAM	OBAT-OBATAN
5	PT.SOFTEX INDONESIA	SWEETY
6	PT.RAJAWALI NUSINDO	MUSTIKA RATU
7	PT.SARI MURNI PRATAMA	CITOKU
8	PT.SIANTAR TOP.Tbk	POTATO
9	PT.SNACK MAKMUR	SIMBA
10	CHAMP	SOSIS
11	TRADER (TETAPMAJU,SRB,BJ,FC,ESV)	TRADER (TETAP MAJU,SRB,BJ,FC,ESV)
12	MAKARIZO	MAKARIZO
13	PT.PANCA SARI SENTOSA	MAKANAN
14	PT.PZ.CUSSONS INDONESIA	CUSSONS
15	PT.BANGUN MAKMUR	MAKANAN

Sumber: CV. Omco Jaya Padangsidempuan

7. Visi dan Misi

Adapun visi dan misi CV. Omco Jaya Padangsidempuan, yaitu:

- a) Visi:Menjadi distribusi yang handal dan terpercaya di kawasan pantai barat sumatera.
- b) Misi: Memberikan pelayanan prima, bersahabat, dan menguntungkan.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Pengendalian Intern CV. Omco Jaya Padangsidempuan

Berdasarkan penyebaran kuesioner dan wawancara yang dilakukan peneliti pada karyawan bagian penjualan, sistem pengendalian intern yang diterapkan CV. Omco Jaya Padangsidempuan dalam melakukan aktivitas penjualan telah memenuhi sebagian dari unsur-unsur pengendalian intern, antara lain :

- a. Struktur organisasi yang memisahkan tanggung jawab fungsional. CV. Omco Jaya Padangsidempuan dalam organisasinya memiliki struktur organisasi yang jelas. Untuk transaksi penjualan dilaksanakan oleh

fungsi penjualan, fungsi penerimaan kas, fungsi pengiriman barang, dan fungsi akuntansi. Selain itu, dalam melakukan transaksi penjualan tidak boleh dilakukan hanya satu fungsi saja.

- b. Sistem otorisasi dan prosedur pencatatan. CV. Omco Jaya Padangsidempuan dalam penerimaan order dari pembeli diotorisasi oleh fungsi penjualan dengan menggunakan formulir surat order pengiriman dan faktur penjualan tunai. Penerimaan kas diotorisasi oleh fungsi penerimaan kas dengan membubuhkan cap "lunas" pada faktur penjualan tunai.
- c. Praktik yang sehat. CV. Omco Jaya Padangsidempuan menggunakan faktur penjualan tunai bernomor urut cetak yang pemakaiannya dipertanggung jawabkan oleh fungsi penjualan, dan kas yang diterima dari penjualan tunai disetor seluruhnya ke bank pada hari yang sama atau hari berikutnya. Penghitungan saldo kas dilakukan secara periodik dan diadakan rekonsiliasi kartu piutang dengan rekening piutang dalam buku besar.
- d. Karyawan yang mutunya sesuai dengan tanggung jawab. Untuk mendapatkan karyawan yang kompeten dan dapat dipercaya, CV. Omco Jaya Padangsidempuan melakukan seleksi calon karyawan berdasarkan persyaratan yang dituntut oleh pekerjaannya. Selain itu perusahaan perusahaann juga melakukan perputaran jabatan secara rutin setiap tahunnya.

2. Prosedur Penjualan CV. Omco Jaya Padangsidempuan

Adapun prosedur penjualan yang dilakukan CV. Omco Jaya

Padangsidempuan adalah sebagai berikut :

- a. Bagian penjualan menerima pesanan dari pelanggan yang di jumpai langsung ke tempat pelanggan atau melalui telepon.
- b. Pelanggan memberikan purchase order yang berisi jenis dan kuantitas barang yang ingin dibeli.
- c. Bagian sales menerima dan mencatat permintaan pelanggan dan meneruskannya ke bagian gudang berdasarkan dokumen terkait.
- d. Bagian gudang memeriksa apakah barang tersebut masih ada stoknya atau tidak. Apabila masih ada stok barang, bagian gudang meneruskannya kepada bagian sales untuk membuat sales order kepada pelanggan. Apabila stok barang tidak ada, atau hanya ada sebagian dari permintaan pelanggan, maka bagian gudang meneruskan kepada bagian sales agar memberitahukan stok barang yang tidak ada melalui via telepon. Jika perusahaan kekurangan atau kehabisan persediaan barang, maka perusahaan akan mengorder barang dari principle.
- e. Jika stok barang masih ada, bagian sales menyampaikan sales order dan cara pembayaran kepada pelanggan dengan dokumen terkait.
- f. Bagian penjualan mencatat pesanan pada sales order (SO) sebanyak tiga rangkap (SO # 1 untuk pelanggan, SO # 2 untuk bagian gudang, dan SO 3 # untuk bagian keuangan) serta membuat tanda terima (TT) dua rangkap

(TT #1 untuk pelanggan dan TT # 2 diberikan ke bagian keuangan. Diarsip berdasarkan nomor dokumen.

- g. TT #2, SO #2, dan uang diberikan ke bagian keuangan. Uang akan disetorkan ke bank dan bukti setoran akan diberikan ke bagian akuntansi untuk diarsip berdasarkan tanggal. SO #2 diberikan ke bagian penjualan dan TT#2 diarsip berdasarkan tanggal.
- h. Bagian penjualan menerima SO#2 dari bagian keuangan serta membuat surat jalan (SJ) tiga rangkap. SO#2 diarsip berdasarkan nomor. Setelah itu, barang dikirim atau tidak tergantung pelanggan.
- i. Jika barang dikirim, SJ akan diberikan kepala gudang. Kepala gudang menandatangani surat jalan dan mengkoordinasi pada menejer untuk memproses pengiriman barang.
- j. SJ diberikan pada menejer dan dan kemudian akan mengkoordinasi karyawan untuk menyiapkan dan memuat barang pada truk. Surat jalan diberikan pada bagian pengiriman lalu menuju ke lokasi pelanggan.
- k. Bagian yang mengirim kembali ke gudang dengan membawa bukti transfer dari pelanggan serta SJ #1 dan TT #1 yang kemudian diberikan ke kepala gudang.
- l. Kepala gudang menerima SJ#1, TT#1 dan bukti transfer serta meng update kartu stok barang berdasarkan SJ dan membuat rekapan persediaan berdasarkan SJ. Rekapan persediaan diberikan kepada bagian penjualan dan SJ diarsip berdasarkan tanggal.

- m. SJ diberikan ke bagian penjualan supaya dapat meng update outstanding order bahwa barang telah diterima pelanggan.
- n. TT#1 dan bukti transfer diberikan ke bagian keuangan dan diperiksa . TT#1 diarsip berdasarkan tanggal. Bukti transfer diberikan ke bagian akuntansi.
- o. Bagian akuntansi menerima bukti transfer dan membuat rekapan penjualan supaya dapat dicek dengan bukti transfer dan membuat laporan penjualan (bulanan) agar dapat dilihat oleh pemilik. Rekapan penjualan dan bukti transfer diarsip berdasarkan tanggal dan siklus penjualan tunai berakhir.

C. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas Pengendalian Intern (X)

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Analisis yang dilakukan dalam pengujian ini adalah korelasi *product moment*. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka instrumen atau item pertanyaan atau pernyataan tersebut berkorelasi signifikan terhadap skor total dinyatakan valid. Sebaliknya, jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka instrumen atau item pertanyaan tersebut tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total dinyatakan tidak valid.

Berdasarkan hasil pengujian validitas dengan program SPSS, rekapitulasi hasil pengujian validitas untuk variabel bebas (pengendalian intern) dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.3 Rekapitulasi Pengujian Validitas Pengendalian Intern

No. Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	0,613	0,361	Valid
2	0,647		Valid
3	0,618		Valid
4	0,687		Valid
5	0,599		Valid
6	0,821		Valid
7	0,535		Valid
8	0,752		Valid

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai r hitung untuk item pernyataan variabel bebas yaitu pengendalian intern sebanyak 8 pernyataan adalah lebih besar dari r tabel, r tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) =30, maka didapat r tabel sebesar 0,361, dan dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan untuk variabel bebas dinyatakan valid karena lebih besar dari 0,361.

b. Uji Validitas Kinerja Penjualan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian validitas dengan program SPSS, rekapitulasi hasil pengujian validitas untuk variabel terikat (kinerja penjualan) dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.4 Rekapitulasi Pengujian Validitas Kinerja Penjualan

No. Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
1	0,596		Valid
2	0,675		Valid

3	0,606	0,361	Valid
4	0,677		Valid
5	0,475		Valid
6	0,590		Valid
7	0,530		Valid
8	0,640		Valid

Nilai r hitung untuk item pernyataan variabel terikat yaitu kinerja penjualan sebanyak 8 pernyataan dan semua item dinyatakan valid karena nilai r hitungnya lebih besar dari r tabel yaitu sebesar 0,361, r tabel dicari pada taraf signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) = 30.

c. Uji Reliabilitas Pengendalian Intern (X)

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur. Dalam pengujian ini dilakukan dengan menggunakan metode cronbach's alpha dengan rumus jika cronbach alpha $>$ 0,60 maka semua item pernyataan yang dianalisis adalah reliabel. Nilai reliabilitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Pengendalian Intern
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,789	8

Sumber : Hasil Output SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan hasil uji reliabilitas untuk variabel bebas yaitu pengendalian intern dapat dinyatakan reliabel. Kesimpulan peneliti didasari pada hasil yang diperoleh dari cronbach alpha $>$ 0,60, yaitu berdasarkan *reliability*

statistic hasil perolehan cronbach alpha adalah 0,789, artinya lebih besar dari 0,60.

d. Uji Reliabilitas Kinerja Penjualan (Y)

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Kinerja Penjualan
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,842	8

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 22

Berdasarkan hasil output SPSS di atas dapat diketahui dari nilai Cronbach's Alpha untuk variabel terikat (kinerja penjualan) sebesar 0,842, maka dapat diambil kesimpulan bahwa instrumen penelitian telah reliabel.

2. Hasil Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas, keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Untuk mencari normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*. Konsep dasar dari uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* adalah dengan membandingkan distribusi data (yang akan diuji normalitasnya) dengan distribusi normal baku. Jadi, uji *Kolmogorov-Smirnov* ini adalah uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal baku. Dengan menggunakan taraf

signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05.

Disamping itu, uji normalitas dalam penelitian ini dapat juga dilakukan dengan metode grafik, apabila data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, dan apabila data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		kinerja_penjuala	
		n	pengendalian
N		30	30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	32,77	31,97
	Std. Deviation	2,725	3,449
Most Extreme Differences	Absolute	,123	,084
	Positive	,111	,063
	Negative	-,123	-,084
Test Statistic		,123	,084
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}	,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

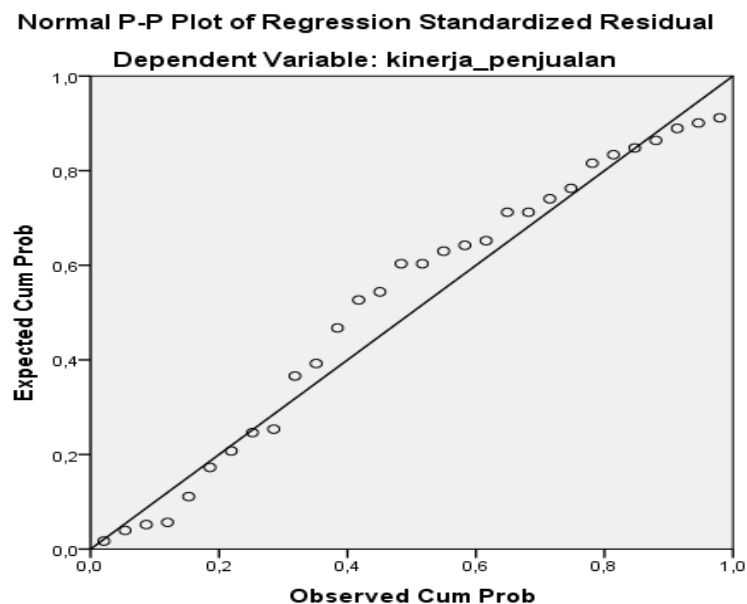
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Hasil Output SPSS Versi 22

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan metode *kolmogorov smirnov* di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk kinerja

penjualan sebesar 0,200, dan untuk untuk pengendalian intern sebesar 0,200. Karena nilai signifikansi kedua variabel lebih dari 0,05, maka dapat disimpulkan variabel kinerja penjualan dan pengendalian intern berdistribusi normal.



Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas

Sumber : Hasil Output SPSS Versi 22

Berdasarkan grafik tersebut dapat diketahui bahwa titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal. Hal tersebut menandakan bahwa nilai residulnya normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian SPSS dengan menggunakan *Test For Linearity* pada taraf signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan

mempunyai hubungan yang linier bila signifikan kurang dari 0,05. Dalam penelitian ini analisis dilakukan dengan bantuan *software* SPSS Versi 22.

Tabel 4.8 Hasil Uji Linieritas
ANOVA Table

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
kinerja_pe njualan * pengendal ian	110,867	12	9,239	1,503	,215
Between (Combined) Groups	55,820	1	55,820	9,081	,008
Linearity	55,046	11	5,004	,814	,628
Deviation from Linearity					
Within Groups	104,500	17	6,147		
Total	215,367	29			

Sumber : Hasil Output SPSS Versi 22

Berdasarkan output diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada linearity sebesar 0,008. Karena signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel sistem pengendalian intern terhadap kinerja penjualan terdapat hubungan yang linier.

3. Pengaruh Pengendalian Intern Terhadap Kinerja Penjualan Pada CV. Omco Jaya Padangsidempuan.

Peneliti akan melakukan analisis secara statistik untuk melihat pengaruh pengendalian intern sebagai variabel bebas (X) terhadap kinerja penjualan sebagai variabel terikat (Y). Data pada penelitian ini diolah melalui program SPSS versi 22.00. Pengukuran kuesioner yang didapat dari responden dalam penelitian ini menggunakan data ordinal, namun karena penelitian ini bersifat regresi dimana pengukuran data setidaknya

interval, maka peneliti sudah terlebih dahulu melakukan transformasi data ordinal menjadi data interval untuk mendapatkan hasil regresi. Hasil transformasi data dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.9 Transformasi Data Ordinal ke Interval

Skala Ordinal	Berubah	Skala Interval
Nilai Alternatif Jawaban 1	Menjadi	0
Nilai Alternatif Jawaban 2	Menjadi	0
Nilai Alternatif Jawaban 3	Menjadi	1
Nilai Alternatif Jawaban 4	Menjadi	2,47
Nilai Alternatif Jawaban 5	Menjadi	2,37

a. Uji Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana berfungsi untuk melakukan identifikasi pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Dengan regresi sederhana akan dilakukan pengujian ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian yang dilakukan peneliti merupakan penelitian yang mengolah data primer dalam bentuk angket dengan jumlah sampel 30 responden. Berikut hasil uji analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan SPSS versi 22.00.

Tabel 4.10 Hasil Out put Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,543	2,761		4,181	,000
	pengendalian	,206	,086	,412	2,393	,024

a. Dependent Variable: kinerja_penjualan

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel hasil output SPSS di atas maka dapat dibuat

persamaan regresi sederhana sebagai berikut :

$$Y' = a + bX$$

$$KP = 11,543 + 0,206PI$$

Angka-angka ini dapat diartikan sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta sebesar 11,543 artinya jika pengendalian intern (X) nilainya adalah 0, maka kinerja penjualan (Y) nilainya positif yaitu sebesar 11,543.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel pengendalian intern (X) sebesar 0,206. Artinya jika pengendalian intern mengalami kenaikan 1 satuan, maka kinerja penjualan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,206 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan positif antara pengendalian intern dengan kinerja penjualan, semakin meningkat atau semakin baik pengendalian intern yang dilakukan perusahaan maka semakin meningkat kinerja penjualan yang diperoleh.

Jadi, berdasarkan hasil pengolahan data dapat dirumuskan bahwa pengendalian intern mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja penjualan, dimana apabila pengendalian intern meningkat sebesar 1 satuan maka kinerja penjualan akan meningkat sebesar 0,206 satuan.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk menentukan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilakukan koefisien determinasi (R^2). Pengolahan

datanya dengan menggunakan SPSS versi 22.00 menghasilkan output sebagai berikut:

Tabel 4.11 Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,412 _a	,170	,140	1,59497	1,734

a. Predictors: (Constant), pengendalian

b. Dependent Variable: kinerja_penjualan

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 22

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar variasi variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai R Square (R^2) atau kuadrat dari r menunjukkan koefisien determinasi sebesar 0,17 atau 17%. Artinya, persentase variasi variabel terikat dapat dijelaskan oleh variasi variabel bebas sebesar 17%, sisanya sebesar 83% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

c. Uji Hipotesis (uji t)

Uji t adalah suatu sarana pengujian untuk mengetahui apakah variabel bebas secara individual berpengaruh terhadap variabel terikat. Untuk melakukan uji t, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis

H_0 : Sistem pengendalian intern tidak berpengaruh terhadap kinerja penjualan pada CV. Omco Jaya Padangsidempuan.

H_a : Sistem pengendalian intern berpengaruh terhadap kinerja penjualan pada CV. Omco Jaya Padangsidempuan.

2. Kriteria Pengujian

Jika $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Jika $-t_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak

Berdasarkan signifikansi :

Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima.

Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak.

Tabel 4.12 Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,543	2,761		4,181	,000
	pengendalian	,206	,086	,412	2,393	,024

a. Dependent Variable: kinerja_penjualan

Sumber : Hasil Output SPSS Versi 22.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai signifikansi $0,024 < 0,05$, dan t_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikansi $0,05/2=0,025$ dengan derajat kebebasan $df = n-2$ atau $30-2 = 28$, hasil diperoleh dengan melihat $t_{\text{tabel}} N = 28$, pada taraf signifikansi 5% diperoleh $t_{\text{tabel}} = 2,048$. Berdasarkan kolom t, t_{hitung} sebesar 2,393 dengan t_{tabel} sebesar 2,048. Artinya bahwa $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yaitu $2,393 > 2,048$. Maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan, bahwa sistem pengendalian intern berpengaruh terhadap kinerja penjualan pada CV. Omco Jaya Padangsidimpuan.

4. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penyebaran angket dan wawancara yang dilakukan peneliti dengan beberapa karyawan serta pengumpulan data yang dilakukan, bahwa pelaksanaan pengendalian intern terhadap prosedur penjualan pada CV. Omco Jaya Padangsidempuan dapat dikatakan cukup efektif, hal ini ditunjukkan oleh tercapainya tujuan atas prosedur penjualan, pemisahan fungsi dan sistem otorisasi yang diterapkan mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahan ataupun kecurangan. Meskipun telah efektif, namun masih terdapat kekurangan pada prosedur penjualan, yaitu belum dilakukannya pemeriksaan mendadak terhadap kinerja karyawan, agar dapat diketahui keefektifan sistem pengendalian yang telah ditetapkan dan juga pencatatan pesanan pelanggan dilakukan secara manual.

Hasil pengujian yang dilakukan pada instrumen penelitian menunjukkan pada butir-butir pernyataan valid dan pernyataan pada tiap variabel menunjukkan pernyataan yang reliabel, sehingga instrumen sah untuk digunakan dalam pencarian data. Adapun hasil data yang telah diolah menunjukkan bahwa untuk pengendalian intern yang secara signifikan berpengaruh terhadap kinerja penjualan sebesar 17%. Artinya, persentase variasi variabel terikat dapat dijelaskan oleh variasi variabel bebas sebesar 17%, sisanya sebesar 83% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa CV. Omco Jaya Padangsidempuan harus lebih

memperhatikan lagi pengendalian intern yang diterapkan guna mencapai kinerja penjualan yang efektif.

Persamaan regresi yang diperoleh dari pengolahan data adalah sebagai berikut:

$$KP = 11,543 + 0,206PI$$

Persamaan di atas menunjukkan koefisien variabel bebas (X) bernilai positif yang artinya antara kedua variabel memiliki hubungan yang positif. Penelitian ini menunjukkan bahwa sistem pengendalian intern berpengaruh positif terhadap kinerja penjualan pada CV. Omco Jaya Padangsidempuan.

Hasil penelitian ini di dukung oleh peneliti Anggun Prameswari Anasti yang berjudul ‘‘Pengaruh Pengendalian Intern Terhadap Efektivitas Penjualan pada PT. Astra International Tbk-JSO Cabang Jemursari, Surabaya. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang pengendalian intern terhadap efektifitas penjualan. Semakin baik pengendalian intern yang diterapkan maka akan semakin baik pula tingkat efektivitas penjualan yang dicapai.

Hasil penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian Linda Oktarnia yang berjudul ‘’ Pengaruh pengendalian internal terhadap kinerja karyawan pada bidang keuangan rumah sakit Tanjung Pinang dan Bintan’’ juga menunjukkan bahwa lingkungan pengendalian, aktivitas pengendalian, penaksiran risiko, informasi dan komunikasi, dan pemantauan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan pada bidang keuangan

simultan. Hasil penelitian ini juga didukung oleh teori-teori yang telah dijelaskan dalam bab II.

5. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaan ini terdapat beberapa kesalahan.

Diantara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan menyusun skripsi ini, yaitu: keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti yang masih minim, keterbatasan waktu, tenaga, serta dana peneliti yang tidak mencukupi untuk penelitian lebih lanjut. Walau demikian, peneliti berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa sesuai dengan pengujian yang telah dilakukan menunjukkan hasil bahwa pengendalian intern berpengaruh positif terhadap kinerja penjualan pada CV. Omco Jaya Padangsidempuan yang dibuktikan dengan hasil uji hipotesis dimana nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2.393 > 2.048$. Pengujian koefisien determinasi (R^2) menunjukkan hasil sebesar 0,17 atau 17%. Artinya, persentase variasi variabel terikat dapat dijelaskan oleh variasi variabel bebas sebesar 17%, sisanya sebesar 83% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh pengendalian intern terhadap kinerja penjualan pada CV. Omco Jaya Padangsidempuan ada beberapa saran-saran yang diberikan peneliti, yaitu:

1. Untuk meningkatkan pengendalian intern atas penjualan, menejer diharapkan lebih memperhatikan komunikasi pada karyawan nya secara meneluruh agar terdapat pemahaman yang sama atas kegiatan penjualan.
2. Perusahaan sebaiknya melakukan pemeriksaan mendadak terhadap kegiatan penjualan dan perhitungan saldo kas yang ada di tangan fungsi penerimaan kas minimal persemester, dengan tujuan agar tidak terjadi kecurangan, penyelewengan, pencurian harta, dan lain-lain dalam perusahaan.

3. Sebaiknya dalam melakukan transaksi tidak dilakukan hanya pada satu fungsi saja dan sebaiknya diawasi langsung oleh menejer operasional.
4. Perusahaan sebaiknya melakukan pelatihan dan pengembangan bagi karyawan yang baru sesuai dengan tuntunan perkembangan pekerjaannya.
5. Sebaiknya perusahaan menurunkan target penjualan yang dianggarkan untuk tahun berikutnya jika mengalami penurunan dari target yang dianggarkan di tahun sebelumnya.
6. Pihak perusahaan harus lebih meningkatkan lagi kinerja tenaga penjual dalam melakukan penjualan agar dapat mencapai target yang diharapkan untuk periode selanjutnya.
7. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar menggunakan subjek penelitian, periode penelitian, dan variabel yang berbeda, sehingga dapat menambah wawasan dalam penelitian kinerja perusahaan serta diharapkan dapat memperoleh hasil yang lebih baik dari penelitian-penelitian sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvin A.Arens, dkk. *Auditing, Pelayanan dan Verifikasi*, Jakarta : PT. Indeks kelompok Gramedia, 2004.
- _____, *Auditing dan Jasa Asurance* , Jakarta : Erlangga, 2008.
- Anggun Prameswari Anasti, ‘‘Pengaruh Pengendalian Intern Terhadap Efektivitas Penjualan Pada PT.ASTRA INTERNATIONAL TBK-TSO Cabang Jemursari Surabaya’’, Skripsi, Universitas Pembangunan Nasional Jawa Timur, 2013.
- Bambang Prasetyo, Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif, teori dan aplikasi*, Jakarta : RajaGrafindo, 2005.
- Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahnya*, Bandung : CV. Penerbit J-Art 2004.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan , *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi 3*, Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta : Mediakom, 2008.
- Fachmi Basyaib, *Manajemen Resiko*, Jakarta : Grasindo, 2007.
- Faisal Badroen, *Etika Bisnis Islam*, Jakarta: Kencana, 2006.
- Fred R.David, *Manajemen Strategi*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Hendi Suhandi, *Fiqih Muamalah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Heri, S.E.,M.Si., *Pengendalian Akuntansi dan Manajemen*, Jakarta : Kencana, 2014.
- James M.Reeve, dkk., *Pengantar Akuntansi, Adaptasi Indonesia* , Jakarta : Salemba Empat, 2008.
- Jumingan, *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta : Bumi Aksara, 2006.
- Lilis Puspitawati dan Sri Dewi Anggadini, *Sistem Informasi Akuntansi, Edisi Pertama* , Yogyakarta : Graha Ilmu, 2014.
- Mardani, *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah* Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2012.
- Margono, *Metodologi Penelitian*, Semarang : Rineka Cipta, 1996.
- M.Fitri Rahmadana, *SPSS 12.0, for windows*, Bandung : Citapustaka Media, 2006.

- Monzer Kahf, Ph.D, *Ekonomi Islam* Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995.
- Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*, Jakarta : Erlangga, 2009.
- Mulyadi, *Auditing, edisi 6*, Jakarta : Salemba Empat, 2002.
- _____, *Sistem Akuntansi*, Jakarta : Salemba Empat, 2008.
- _____, *Sistem Akuntansi*, Yogyakarta : YKPN, 1989.
- Nasution Mustafa Edwin, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* Jakarta: Kencana, 2010.
- Nur Asnani, Dr.H.Masyhuri, *Metode Riset Manajemen Pemasaran*, UIN-Maliki Press : Malang, 2011.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Indeks, 2007.
- Riduwan, Engkos Ahmad Kuncoro, *Cara Mudah menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*, Bandung : ALFABETA, 2011.
- Rosadi Ruslan, *Metode Penelitian, Public Relations dan Komunikasi*, Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2004.
- Simamora Henry, *Akuntansi*, Jakarta : Salemba Empat, 2000.
- Soemarso S.R., *Akuntansi Suatu Pengantar, Edisi kelima*, Jakarta : Salemba Empat, 2004.
- Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung : Alfabeta, 2012.
- Suharsimi Arikuntoro, *Manajemen Penelitian* , Jakarta : Rineka Cipata, 2009.
- Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* , Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada, 2005.
- Suwanto dan Doni Juni Priansa, *Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Walter T.Harisson Jr, dkk. *Akuntansi Keuangan*, Jakarta: Erlangga, 2011.
- W.Gulo, *Metodologi Penelitian* , Jakarta : PT.Gramedia, 2009.
- Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, Bandung : Tarsito, 1994.

<http://skripsi-konsultasi.com/2015/11/pengertian-kinerja-tenaga-penjualan.html>.

<http://said-iqbal.blogspot.com/2012/01/fungsi-pengawasan-dalamislam.html>.

LAMPIRAN 1

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Data Pribadi

Nama : AMINAH SIREGAR
Nim : 12 230 0048
Tempat/Tanggal Lahir : Batugana, 15 juli 1994
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak Ke : 7 dari 11 bersaudara
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat : Batugana, kec. Padang Bolak Julu, kab. Padang Lawas
Utara

2. Identitas Orang Tua

Nama Ayah : SOFYAN SIREGAR
Nama Ibu : SAWAN DASOPANG
Alamat : Batugana, kec. Padang Bolak Julu, kab. Padang Lawas
Utara

3. Riwayat Pendidikan

- SD N 104720 Batugana 2000-2006
- SMP N 2 Batugana 2006-2009
- MAS Syahbuddin Mustafa Nauli 2009-2012
- IAIN Padangsidempuan 2012-2016

LAMPIRAN 2

KATA PENGANTAR ANGKET

Yth. Bapak/Ibu

Pegawai CV. Omjo Jaya Padangsidempuan

Dengan Hormat,

Saya mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah, konsentrasi Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan sedang menyusun tugas Skripsi dengan judul **“Pengaruh Pengendalian Intern Terhadap Kinerja Penjualan Pada CV. Omco Jaya Padangsidempuan”**.

Berkenaan dengan hal itu, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk bersedia mengisi kusioner yang saya ajukan. Dalam pengisian kusioner ini tidak ada penilaian benar atau salah. Bapak/Ibu dipersilahkan bebas menjawab sesuai dengan kenyataan yang Bapak/Ibu ketahui. Jawaban yang bapak/ibu berikan tidak ada resiko apapun terhadap posisi Bapak/Ibu. Jawaban dari responden hanya untuk penelitian penulis dan tidak untuk dipublikasikan. Dalam hal ini, atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu dalam mengisi kusioner, terlebih dahulu saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Aminah Siregar
Nim. 12 230 0048

LAMPIRAN 3

A. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Jabatan :

B. Petunjuk Pengisian

1. Pernyataan yang ada, **mohon dibaca dan dipahami Bapak/Ibu dengan sebaik baiknya, sehingga tidak ada pernyataan yang tidak terisi atau terlewati.**
2. Berilah tanda ceklist (✓) pada jawaban yang Bapak/Ibu pilih dilembar jawaban yang telah disediakan. **Pilihlah jawaban yang sesuai dengan Perasaan, Pendapat, dan Keadaan yang sebenarnya.** Dengan keterangan di bawah ini:

SS Sangat Setuju

S Setuju

KS Kurang Setuju

TS Tidak Setuju

STS Sangat Tidak Setuju

LAMPIRAN 4

ANGKET PENELITIAN

A. PENGENDALIAN INTERN

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Adanya pemisahan tanggung jawab fungsional secara tegas.					
2	Setiap transaksi tidak boleh diberi tanggung jawab penuh pada satu departemen.					
3	Setiap transaksi terjadi atas dasar otorisasi dari pejabat yang memiliki wewenang untuk menyetujui transaksi.					
4	Adanya faktur penjualan maupun pembelian yang dicetak menurut nomor urut transaksi.					
5	Adanya pemeriksaan mendadak (<i>surprised audit</i>) terhadap transaksi penjualan maupun pembelian yang dilakukan perusahaan.					
6	Setiap melakukan transaksi pembelian maupun penjualan harus didukung oleh dokumen-dokumen terkait.					
7	Adanya perputaran posisi karyawan (<i>job rotation</i>) yang diadakan secara rutin.					
8	Setiap karyawan dalam perusahaan mempunyai kompetensi yang sesuai dengan bidang masing-masing.					

B. KINERJA PENJUALAN

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya selalu berusaha bertindak ramah tamah kepada calon konsumen dalam melakukan penjualan.					
2	Saya selalu berusaha datang tepat waktu.					
3	Mempunyai komitmen yang tinggi dalam mencapai target penjualan.					
4	Saya selalu bekerjasama dengan karyawan lain dalam mencapai tujuan perusahaan.					
5	Saya selalu berusaha memperkenalkan dan menjelaskan kelebihan dari produk yang saya tawarkan.					
6	Saya selalu mencapai target penjualan yang ditetapkan oleh perusahaan.					
7	Kompensasi yang diberikan perusahaan sesuai dengan hasil kerja saya.					
8	Adanya program perusahaan berupa suatu imbalan dalam meningkatkan etos kerja karyawan.					

Hasil Tabulasi Data Untuk Variabel Pengendalian Intern (X)

No	item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	item8	total
1	5	4	4	5	5	5	5	4	37
2	4	4	5	5	4	5	4	5	36
3	4	4	5	4	4	4	5	5	35
4	4	5	5	4	4	5	5	5	37
5	5	3	4	4	4	5	5	4	34
6	4	3	4	5	4	3	4	3	30
7	4	4	5	4	5	4	5	5	36
8	4	4	3	4	4	4	4	4	31
9	4	3	4	3	4	4	4	4	30
10	4	4	4	4	4	4	5	3	32
11	4	4	4	4	4	4	4	4	32
12	3	4	5	4	5	4	3	3	31
13	4	4	3	5	3	4	4	3	30
14	4	4	4	4	4	4	5	4	33
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32
16	4	5	4	5	5	5	5	5	38
17	4	4	4	4	4	4	4	4	32
18	4	4	4	4	4	4	3	4	31
19	3	3	4	3	4	3	5	4	29
20	4	4	4	3	3	3	4	3	28
21	3	3	4	4	5	5	5	5	34
22	3	3	3	3	3	3	3	3	24
23	3	3	3	3	3	3	4	3	25
24	3	3	4	3	4	3	4	4	28
25	4	4	4	4	5	5	4	5	35
26	4	4	4	4	4	4	5	4	33
27	3	3	4	3	4	3	4	4	28
28	3	4	3	4	3	4	5	4	30
29	4	4	5	5	3	5	4	5	35
30	4	4	4	4	5	3	5	4	33

Hasil Tabulasi Data Variabel Kinerja Penjualan (Y)

No	item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	item8	total
1	3	4	5	4	4	4	5	3	32
2	4	4	5	5	4	5	4	5	36
3	4	5	4	5	4	5	5	4	36
4	4	4	4	4	4	5	3	5	33
5	5	5	5	5	4	5	5	5	39
6	5	4	4	5	4	4	4	5	35
7	5	5	5	4	4	4	4	5	36
8	5	4	5	4	4	4	5	4	35
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	4	5	5	5	4	4	5	5	37
11	4	4	5	5	4	3	4	5	34
12	4	4	4	4	4	3	4	3	30
13	4	4	4	4	4	4	4	5	33
14	5	3	4	5	4	4	5	5	35
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32
16	5	4	4	5	4	4	5	4	35
17	3	4	3	4	4	4	4	4	30
18	5	4	4	4	4	4	3	5	33
19	4	4	4	4	4	4	4	5	33
20	4	4	5	4	4	4	4	3	32
21	4	4	4	4	4	5	4	5	34
22	4	3	4	4	3	3	3	4	28
23	3	3	3	4	3	4	4	4	28
24	4	4	4	5	4	4	4	3	32
25	4	4	4	4	4	5	4	3	32
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	4	4	4	3	4	3	4	3	29
28	4	4	4	4	4	4	4	3	31
29	4	3	4	4	4	3	4	3	29
30	4	4	4	4	4	3	4	3	30