

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Informasi dan Teknologi yang berkembang sangat cepat memunculkan tantangan dan peluang yang harus dihadapi pelaku pemegang kepentingan dalam dunia bisnis, seperti kemampuan dalam sistem informasi berbasis komputer. DiIndonesia saat ini sedang mengalami empat disrupsi, yakni disrupsi teknologi, disrupsi politik, disrupsi kepemimpinan, dan disrupsi agama. Salah satunya adalah disrupsi teknologi yang dibawa oleh perubahan teknologi digital seperti *artificial intelligence*, dan revolusi bioteknologi yang telah mengubah cara berbisnis. Bagi manajemen yang kreatif, disrupsi teknologi bisa menjadikan peluang sekaligus tantangan untuk mengembangkan bisnis lebih maju (Wartaekonomi.co.id, 2019).

Sebagai upaya memenangkan persaingan perusahaan harus memiliki kemampuan untuk menghadapi persaingan dalam dunia bisnis agar dapat tetap kompetitif, tidak sedikit perusahaan yang harus menghentikan laju operasionalnya karena tidak dapat mempertahankan eksistensi perusahaannya. Banyak perusahaan yang mengalami kegagalan disebabkan karena perusahaan tidak konsisten dalam menjalankan operasional perusahaan, dan kurangnya tenaga kerja yang profesional di dalam perusahaan sehingga mengakibatkan perusahaan tidak dapat mengikuti perkembangan dunia bisnis. Dengan adanya hal tersebut perusahaan dituntut untuk mengembangkan efektivitas dan efisiensi dalam menjalankan operasional perusahaan. Perusahaan yang bisa menyesuaikan

perubahan yang terjadi akan memperoleh keuntungan yang maksimal karena adanya pengendalian efektivitas dan efisiensi yang di jalankan suatu perusahaan, untuk itu perusahaan harus menghindari adanya pemborosan yang dapat berdampak pada kerugian perusahaan. dalam hal ini audit oprasional diperlukan untuk mengetahui apakah perusahaan telah melakukan pengendalian secara efektif dan efisien.

Audit operasional merupakan suatu pemeriksaan terhadap kegiatan operasional perusahaan, termasuk kebijakan akuntansi dan kebijakan operasional yang telah ditentukan oleh manajemen, untuk mengetahui apakah kegiatan operasional tersebut sudah dilakukan secara efektif, efisien, dan ekonomis. Tujuan dari audit operasional adalah untuk meningkatkan efisiensi dan memungkinkan perusahaan memanfaatkan bahan dan sumber daya manusia dengan baik. Audit operasional sebagai bagian dari fungsi pengendalian yang merupakan alat bantu manajemen untuk mengurangi terjadinya pemborosan juga untuk mengukur dan mengevaluasi kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan oleh perusahaan tersebut (Suhardani *et al.*, 2017). Audit operasional disebut juga operasional audit, audit fungsional, audit sistem, adalah suatu pemeriksaan terhadap kegiatan operasional perusahaan, termasuk kebijakan akuntansi dan kebijakan operasional yang telah di tentukan manajemen, untuk mengetahui apakah kegiatan operasional tersebut sudah dilakukan secara efektif, efisien, dan ekonomis (Manuaba dan RM, 2019). Audit operasional merupakan evaluasi atas berbagai kegiatan operasional perusahaan, sedangkan sasarannya adalah untuk menilai apakah pelaksanaan kegiatan operasional telah dilaksanakan secara ekonomis, efektif dan efisien

(Junaidi dan Huldi, 2018). Audit operasional sebagai alat evaluasi terhadap kegiatan, program, ataupun bagian perusahaan yang akan memeriksa dan melaporkan bagaimana manajemen pergudangan melaksanakan aktivitas sumber daya yang telah digunakan secara efisien dan ekonomis, menilai efektivitas manajemen pergudangan dalam mencapai tujuannya, serta mengetahui risiko dan hambatan yang dihadapi (Anugrah *et al.*, 2017).

Salah satu hal yang terpenting bagi perusahaan adalah penjualan karena dengan penjualan perusahaan dapat menghasilkan laba yang akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan, selain itu penjualan yang maksimal dapat menjadi tolak ukur keberhasilan suatu perusahaan dalam melaksanakan kegiatan usaha. Efektivitas penjualan merupakan salah satu tujuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan yang besar dari kegiatan produksinya. Penjualan ini dapat dikatakan efektif apabila perusahaan dapat mencapai penjualan yang ditargetkan oleh pihak manajemen (Wahyuningsih *et al.*, 2016). Setiap perusahaan memiliki target yang ingin di capai dalam satu periode, ini sebagai motivasi perusahaan khususnya untuk bagian penjualan agar dapat meningkatkan target penjualan yang telah ditentukan dan tercapai dengan maksimal. Terkadang target penjualan yang telah ditentukan oleh manajemen tidak tercapai sepenuhnya atau tidak terealisasi dengan maksimal. Sehingga dapat dikatakan bahwa penjualan belum efektif, namun apabila penjualan telah dilakukan secara maksimal atau terealisasi maka penjualan dapat dikatakan efektif. Efektivitas dapat diukur dengan membandingkan target penjualan dengan realisasi penjualan (Ariadharma, 2015).

Beberapa hasil penelitian terdahulu yang mengkaji tentang peranan audit operasional dalam meningkatkan efektivitas penjualan menghasilkan temuan yang berbeda. Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Prawiranega, 2017) Audit Operasional pada PD. ACB Banjarsari telah dilaksanakan dengan cukup memadai serta berjalan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Hal tersebut dibuktikan dengan rendahnya tingkat penyimpangan yang terjadi pada prosedur penjualan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa audit operasional yang memadai berperan dalam meningkatkan efektivitas pengendalian intern penjualan pada PD. ACB Banjarsari. Penelitian lain juga dilakukan oleh (Ahmad *et al.*, 2012) menunjukkan bahwa efektivitas penjualan dari segi target dan realisasi penjualan yang dianggarkan perusahaan mampu memenuhi target yang telah ditetapkan tiap tahunnya oleh perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa audit operasional berperan dalam meningkatkan efektivitas penjualan pada PT. Delta Internusa Kota Palopo. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Wuwungan *et al.*, 2014) audit operasional dilaksanakan berdasarkan pengimplementasian strategi penjualan yang dilakukan PT. X. Hasil penelitian menunjukkan audit operasional berperan dalam implementasi strategi sebesar 97,02% untuk menilai efektivitas penjualan. Hal ini menunjukkan audit operasional dapat menilai efektivitas kegiatan penjualan lewat pengembangan implementasi strategi. Sehingga penelitian ini menghasilkan bahwa audit operasional berperan dalam meningkatkan efektivitas penjualan pada PT. X. Penelitian lain juga dikemukakan oleh (Suhardani *et al.*, 2017) hasil pengolahan data kuisisioner menunjukkan bahwa audit operasional pada PT JPS telah berjalan dengan baik dan efektif dengan

demikian audit operasional telah berperan dalam menunjang efektivitas penjualan. Dari empat penelitian di atas membuktikan bahwa audit operasional berperan dalam meningkatkan efektivitas penjualan, selain dari empat temuan di atas penelitian terdahulu juga menghasilkan penelitian yang tidak sependapat dengan penelitian di atas atau menghasilkan temuan yang berbeda menurut penelitian yang dilakukan oleh (Yullanda, 2014) berdasarkan hasil pelaksanaan audit operasional yang telah dilakukan terhadap aktivitas penjualan menunjukkan bahwa audit operasional tidak berpengaruh positif atau tidak berperan efektif dalam kegiatan penjualan. Hal ini diperjelas dengan adanya temuan-temuan seperti daftar harga produk yang dijual tidak *ter-update* secara otomatis dan masih mengimput secara manual. Selain itu terdapat pula karyawan yang menduduki jabatan lain di samping jabatan tetapnya sehingga mengakibatkan terjadinya kekeliruan pencatatan dan data transaksi penjualan tidak terlaksana dengan baik yang mengakibatkan tidak tercapainya target penjualan perusahaan.

Berdasarkan pada penelitian pendahuluan yang telah dilakukan penulis di PT. Wuling Palopo diketahui bahwa: Sebagai perusahaan dagang, PT. Wuling Palopo juga menghadapi masalah-masalah yang berkaitan dengan penyediaan barang dagang yang diinginkan konsumen. Perusahaan terkadang tidak dapat memenuhi permintaan barang yang diinginkan konsumen sehingga mereka harus menunggu perusahaan untuk memesan barang dari pihak distributor. Masalah lain yaitu, perusahaan sering mengambil barang dagang tanpa mempertimbangkan bahwa persediaan barang yang ada masih banyak sehingga jika dalam satu

bulanpersediaan yang ada semua tidak terjual maka perusahaan harus menggunakan modal sendiri untuk membayar ke distributor.

PT. Wuling Palopo adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang otomotif khususnya mobil. Purusahaan yang berlokasi di Jl. Jendral Sudirman No.188, Binturu, Wara Sel., Kota Palopo, Sulawesi Selatan, yang melakukan kegiatan perusahaan yang intinya adalah menjual berbagai macam mobil dengan merek wuling. PT. Wuling Palopo terus melakukan pelayanan maksimal, dengan adanya promo dengan kemudahan pembelian oleh costumer melalui pembiayaan PT. SGMW Multifinance Indonesia (WF) yaitu pembiayaan khusus untuk mobil wuling.

Berdasarkan latar belakang diatas untuk melihat peran audit operasional dalam meningkatkan penjualan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Peranan Audit Operasional Dalam Meningkatkan Efektivitas Penjualan pada PT. Wuling Kota Palopo”**

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan audit oprasional pada PT. Wuling ?
2. Bagaimana efektivitas penjualan pada PT. Wuling ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pelaksaasn audit operasional pada PT. Wuling
2. Untuk mengetahui efektivitas penjualan pada PT. Wuling

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberikan kontribusi pemikiran berdasarkan disiplin ilmu yang diperoleh selama perkuliahan dan merupakan media latihan dalam memecahkan masalah secara ilmiah.

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai pengetahuan tambahan untuk mengetahui teori dan paktek yang sesungguhnya mengenai audit oprasional dalam menunjang efektivitas penjuan di suatu perusahaan.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat di gunakan oleh pihak manajemen sebagai acuan untuk meningkatkan efektivitas kegiatan operasional suatu perusahaan serta memberikan informasi kepada pihak manajemen pengendalian agar dapat dijadikan sebagai bahan untuk perbaikan bagi yang di anggap perlu untuk di perbaiki.

1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup

Penelitian ini memiliki 2 variabel sebagai yang berperan pada efektivitas penjualan, variabel tersebut adalah independensi dan kompetensi.

1.5.2 Batasan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas maka dibuat batasan yang ada pada penelitian ini, tujuannya yaitu untuk mengetahui peran audit operasinal dalam meningkatkan efektivitas penjualan di

PT. Wuling Kota Palopo. Batasan penelitian ini yakni audit operasional dalam meningkatkan efektivitas penjualan di PT. Wuling Kota Palopo.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Konsep tentang peranan

Pengertian peranan menurut Kommaruddin (2006:651)

1. Bagian tugas utama yang harus dilakukan oleh seseorang dalam manajemen
2. Pola perilaku yang utama di harapkan dapat menyertai suatu status
3. Bagian atau fungsi seseorang dalam kelompok atau pranata
4. Fungsi yang diharapkan dari seseorang atau menjadi karakteristik yang ada padanya
5. Fungsi setiap variabel hubungan sebab akibat

Definisi tersebut akan memberikan petunjuk bahwa yang melakukan peranan adalah suatu yang nyata atau konkrit bukan suatu yang abstrak jadi maksud dari skripsi ini adalah untuk mempelajari sebuah mana peranan audit operasional dalam menunjang efektivitas kegiatan penjualan.

2.2 Audit

2.2.1 Pengertian Audit

Pengertian auditing menurut Agoes (2013:4) auditing adalah suatu proses sistematis yang secara objektif mendapatkan dan mengevaluasi bukti mengenai asersi tentang kegiatan-kegiatan dan kejadian-kejadian ekonomi untuk meyakinkan tingkat keterkaitan antara asersi tersebut dan kriteria yang telah ditetapkan dan mengkomunikasikan hasilnya kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

Pengertian auditing menurut Menurut Arens, dkk (2004:15) auditing adalah pengumpulan serta pengevaluasian bukti-bukti atas informasi untuk menentukan dan melaporkan tingkat kesesuaian informasi tersebut dengan kriteria- kriteria yang telah ditetapkan. Audit harus dilaksanakan oleh seseorang yang kompeten dan independen.

Dari penjelasan definisi pengarang di atas, dapat diketahui bahwa audit merupakan suatu proses sistematis dalam mengumpulkan dan mengevaluasi informasi oleh pihak-pihak yang independen yang didapat dalam suatu entitas yang bertujuan untuk menentukan dan melaporkan kesesuaian informasi tersebut dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh entitas dan menyampaikan hasilnya kepada pihak yang berkepentingan.

2.2.2 Jenis – Jenis Audit

Menurut Mulyadi (2014:30-32) auditing umumnya digolongkan menjadi tiga golongan yaitu :

1. Audit Laporan Keuangan (Financial Statement Audit)

Audit laporan keuangan adalah audit yang dilakukan oleh auditor independen terhadap laporan keuangan yang disajikan oleh kliennya untuk menyatakan pendapat mengenai kewajaran laporan keuangan tersebut. Dalam audit laporan keuangan ini, auditor independen menilai kewajaran laporan keuangan atas dasar kesesuaiannya dengan prinsip akuntansi berterima umum.

2. Audit Kepatuhan (Compliance Audit)

Audit kepatuhan adalah audit yang tujuannya untuk menentukan apakah yang diaudit sesuai dengan kondisi atau peraturan tertentu. Hasil audit kepatuhan

umumnya dilaporkan kepada pihak yang berwenang membuat kriteria. Audit kepatuhan banyak dijumpai dalam pemerintahan.

3. Audit Operasional (Operational Audit)

Audit operasional merupakan review secara sistematis kegiatan organisasi, atau bagian dari padanya, dalam hubungannya dengan tujuan tertentu. Pihak yang memerlukan audit operasional adalah manajemen atau pihak ketiga. Hasil audit operasional diserahkan kepada pihak yang meminta dilaksanakannya audit tersebut.

2.2.3 Manfaat Audit

Berdasarkan beberapa definisi audit yang telah dikemukakan di atas, dapat diketahui bahwa tujuan audit pada umumnya untuk menentukan keandalan dan integritas informasi keuangan; ketaatan dengan kebijakan, rencana, prosedur, hukum, dan regulasi; serta pengamanan aktiva. Dengan demikian tujuan audit menghendaki akuntan memberi pendapat mengenai kelayakan dari pelaporan keuangan yang sesuai standards auditing.

Menurut Tuanakotta (2014:84) tujuan audit adalah mengangkat tingkat kepercayaan dari pemakai laporan keuangan yang dituju, terhadap laporan keuangan itu. Tujuan itu dicapai dengan pemberian opini oleh auditor mengenai apakah laporan keuangan disusun dalam segala hal yang material sesuai dengan kerangka pelaporan keuangan yang berlaku.

Sedangkan menurut Arens dkk (2015:168) tujuan audit adalah untuk menyediakan pemakai laporan keuangan suatu pendapat yang diberikan oleh auditor tentang apakah laporan keuangan disajikan secara wajar dalam semua hal

yang material, sesuai dengan kerangka kerja akuntansi keuangan yang berlaku. Pendapat auditor ini menambah tingkat keyakinan pengguna yang bersangkutan terhadap laporan keuangan

2.3 Audit Operasional

2.3.1 Pengertian Audit Operasional

Audit Operasional yaitu pengkajian atas setiap bagian organisasi terhadap prosedur audit operasional yang diterapkan oleh suatu organisasi. Ada beberapa para ahli yang mengemukakan pendapatnya tentang audit operasional menurut (Septianingrum, 2017) audit operasional disebut juga operasional audit, audit fungsional, audit sistem, adalah suatu pemeriksaan terhadap kegiatan operasi perusahaan, termasuk kebijakan akuntansi dan kebijakan operasional yang telah ditentukan manajemen, untuk mengetahui apakah kegiatan operasional tersebut sudah dilakukan secara efektif, efisien, dan ekonomis. Agoes (2012:11) mendefinisikan: “Audit Operasional adalah pemeriksaan terhadap kegiatan perusahaan, termasuk kebijakan akuntansi dan kebijakan operasional yang telah ditentukan tersebut sudah dilakukan secara efektif, efisien, dan ekonomis.

Berdasarkan beberapa defenisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa audit operasional adalah suatu proses penelaahan yang sistematis atas aktivitas, metode dan prosedur pengelolaan yang dijalankan oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang diharapkan oleh organisasi.

2.3.2 Tujuan dan Manfaat Audit Operasional

Tujuan audit operasional secara umum adalah untuk mengetahui apakah prestasi manajemen perusahaan telah sesuai dengan kebijakan, ketentuan dan peraturan

yang ada dalam perusahaan, serta untuk mengetahui apakah prestasi manajemen perusahaan telah lebih baik daripada masa sebelumnya, dan untuk menentukan apakah perusahaan tersebut serta efektivitas atau programnya telah dikelola secara ekonomis, efisiensi dan ekonomisnya. Menurut Agoes.S. (2008:173) ada empat tujuan audit operasional yaitu :

1. Untuk menilai kinerja (performance) dari manajemen dan berbagai fungsi dalam perusahaan.
2. Untuk menilai apakah persediaan perusahaan telah digunakan secara efisiensi dan ekonomis.
3. Untuk menilai efektivitas perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh manajemen publik.
4. Untuk memberikan rekomendasi ekomodasi kepada manajemen puncak untuk memperbaiki kelemahan-kelemahan yang terdapat pada penerapan sistem pengendalian internal dan prosedur operasional perusahaan dalam rangka meningkatkan efisiensi, ekonomis dan efektivitas dari kegiatan operasional perusahaan.

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dengan adanya audit operasional menurut Tunggal (2008:42) adalah :

1. Memberikan informasi operasi yang relevan dan tepat waktu untuk pengambilan keputusan.
2. Membantu pihak manajemen dalam mengevaluasi catatan, laporan-laporan dan pengendalian.

3. Memastikan ketaatan terhadap kebijakan manajerial yang ditetapkan rencana-rencana, prosedur serta persyaratan peraturan pemerintahan.
4. Mengidentifikasi area masalah potensial pada tahap dini untuk menentukan tindakan preventif yang akan di ambil.
5. Menilai keekonomian dan efesiensi penggunaan sumber daya termasuk memperkecil pemborosan

2.3.3 Jenis-Jenis Audit Operasional

Menurut Arens *et.all* (2013:825), ada 3 jenis operasional audit yaitu :

1. *Functional Audits* (Audit Operasional)

Untuk menilai 3E, dari berbagai fungsi dalam perusahaan fungsi akuntansi, fungsi produksi, fungsi marketing dan lain-lain.

2. *Organization Audits* (Audit Organisasi)

Untuk menilai 3E dari keseluruhan organisasi perusahaan Perencanaan organisasi dan metode untuk koordinasi aktivitas merupakan hal sangat penting dalam jenis audit ini.

3. *Special Assigment* (Penugasan Khusus)

Timbul atas permintaan manajemen, misalnya mengaudit perusahaan tidak efektifnya IT system, investigasi kemungkinan terjadinya fraud disuatu perusahaan dan membuat rekomendasi untuk mengurangi biaya produksi suatu produk.

2.3.4 Kualifikasi Auditor

Pelaksanaan audit operasional biasanya dilakukan oleh auditor internal, dimana seorang auditor internal harus memiliki sikap :

2.3.4.1 Independensi

Pemeriksaan operasional merupakan salah satu hal yang pokok untuk mencapai keefektifan pemeriksaan operasional. Auditor operasional dapat dikatakan independensi bila auditor operasional memiliki peranan penting dalam melaksanakan tugasnya karena diharapkan akan memperoleh hasil pemeriksaan yang efektif. Septriani, (2012:81) mengemukakan bahwa independensi secara umum dapat diartikan sebagai sikap mental yang bebas dari pengaruh, tidak dikendalikan dan tidak tergantung pada pihak lain. Faktor yang mempengaruhi independensi auditor dengan menggunakan variable bebas yaitu: 1) lamanya hubungan audit dengan klien, 2) persaingan antar KAP dan ukuran KAP, 3) imbalan jasa audit (audit fee), 4) pelayanan konsultasi manajemen (jasa non audit), 5) keberadaan komite audit.

1. Lamanya hubungan audit dengan klien

Di Indonesia masalah audit tenure diatur dalam Keputusan Menteri Keuangan No. 423/KMK.06/2002 tentang jasa akuntan publik. Keputusan tersebut membatasi masa kerja auditor paling lama 3 tahun untuk klien yang sama, sementara untuk KAP boleh sampai 5 tahun. Peraturan ini kemudian direvisi oleh Peraturan Menteri Keuangan (PMK) no.17/2008 yang mengharuskan partner audit untuk merotasi tim audit setelah 3 tahun di klien yang sama dan melakukan rotasi KAP setelah 6 tahun Septriani (2012:82). Pembatasan ini dilakukan dengan tujuan agar auditor tidak terlalu dekat dengan klien sehingga menimbulkan rasa 'kekeluargaan' atau familiaritas yang dapat mendorong pada timbulnya skandal keuangan.

2. Tekanan Dari Klien

Dalam menjalankan tugasnya, auditor sering mengalami konflik dengan manajemen perusahaan yang dimana manajemen menginginkan operasi perusahaan atau kinerja perusahaan terlihat tampak berhasil dengan menggambarkan laba yang tinggi untuk dapat mendapatkan penghargaan. Agar dapat mencapai tujuan tersebut tidak jarang manajemen menekan auditor untuk melakukan pengauditan laporan keuangan yang sesuai dengan keinginan klien. Dalam situasi seperti ini terkadang auditor mengalami dilema karena jika auditor mengikuti keinginan klien maka auditor melanggar standar profesi, tetapi jika auditor tidak mengikuti keinginan dari klien maka klien dapat menghentikan penugasan atau mengganti auditornya.

3. Jasa Non Audit

Jasa yang diberikan oleh kantor akuntan publik bukan hanya jasa attestasi (pemeriksaan) melainkan juga jasa non attestasi yang berupa jasa konsultasi manajemen dan perpajakan serta jasa akuntansi seperti jasa penyusunan laporan keuangan. Pemberian jasa selain jasa audit berarti auditor telah terlibat dalam aktivitas manajemen klien. Jika pada saat dilakukan pengujian laporan keuangan klien ditemukan kesalahan yang terkait dengan jasa yang diberikan auditor tersebut, kemudian auditor tidak mau reputasinya buruk karena dianggap memberikan alternatif yang tidak baik bagi kliennya. Maka hal tersebut dapat mempengaruhi kualitas audit Septriani (2012:84).

Pemeriksaan operasional merupakan salah satu hal yang pokok untuk mencapai keefektifan pemeriksaan operasional. Auditor operasional dapat

dikatakan independen bila auditor operasional memiliki peranan penting dalam melaksanakan tugasnya karena diharapkan akan memperoleh hasil pemeriksaan yang efektif.

Menurut Tugiman (2002:45), independensi adalah para auditor internal dianggap mandiri apabila melaksanakan pekerjaannya secara bebas dan objektif. Kemandirian para pemeriksa internal dapat memberikan penilaian yang tidak memihak dan tanpa prasangka sangat diperlukan atau penting bagi pemeriksa sebagaimana mestinya. Hal ini dapat diperoleh melalui status organisasi dan sikap objektif para auditor internal.

Dari uraian diatas yang telah dijelaskan bahwa independensi auditor operasional dapat memberikan pertimbangan yang tidak memihak dan tanpa paksaan, dimana independensi sangat diperlukan bagi pemeriksaan.

2.3.4.2 Kompetensi

Kompetensi adalah keahlian profesional yang dimiliki oleh auditor sebagai hasil dari pendidikan formal, ujian profesional maupun keikutsertaan dalam pelatihan, seminar dan simposium. Kompetensi auditor diukur melalui banyaknya ijazah/sertifikat yang dimiliki, serta jumlah atau banyaknya keikutsertaan yang bersangkutan dalam pelatihan, seminar dan sertifikat. Semakin banyak sertifikat yang dimiliki dan semakin sering mengikuti pelatihan atau seminar dan simposium diharapkan auditor yang bersangkutan akan semakin cakap dalam melaksanakan tugasnya Septriani (2012:86).

1. Pengetahuan

Pengetahuan dapat diukur dari seberapa tinggi pendidikan seorang auditor

karena dengan demikian auditor akan mempunyai semakin banyak pengetahuan (pandangan) mengenai bidang yang digelutinya sehingga dapat mengetahui berbagai masalah secara lebih mendalam.

2. Pengalaman

Audit menuntut keahlian dan profesionalisme yang tinggi. Keahlian tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh pendidikan formal tetapi banyak faktor lain yang mempengaruhi antara lain adalah pengalaman. Semakin banyak pengalamannya, auditor semakin dapat menghasilkan berbagai macam dugaan dalam menjelaskan temuan audit.

Audit harus dilakukan oleh orang yang kompeten dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan standar teknis profesi. Artinya, seorang auditor harus memiliki pengetahuan yang cukup agar dapat memahami kriteria-kriteria yang digunakan dan memiliki kemampuan untuk dapat mengetahui dengan pasti jenis dan jumlah fakta yang dibutuhkan, agar pada akhirnya pemeriksaan dapat menarik kesimpulan yang tepat.

2.4 Efektivitas

2.4.1 Pengertian Efektivitas

Efektivitas menurut Mardiasmo (2016:132) adalah Efektivitas pada dasarnya berhubungan dengan pencapaian tujuan atau target kebijakan (hasil guna). Efektivitas merupakan hubungan antara keluaran dengan tujuan atau sasaran yang harus dicapai. Kegiatan operasional dikatakan efektif apabila proses kegiatan mencapai tujuan dan sasaran akhir kebijakan. Hans Kartikahadi (2016:111), pengertian efektivitas kehematan (ekonomis), dan efisiensi. Efektivitas dimaksud

bahwa produk akhir suatu kegiatan operasi telah mencapai tujuannya baik ditinjau dari segi kualitas hasil kerja, kuantitas hasil kerja maupun batas waktu yang ditargetkan.

Menurut Sawyer (2005:211) Efektivitas menekankan hasil aktual dari dampak atau kekuatan untuk menghasilkan dampak tertentu. Dari pengertian-pengertian efektifitas tersebut dapat disimpulkan bahwa efektifitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) yang telah dicapai oleh manajemen, yang mana target tersebut sudah ditentukan terlebih dahulu.

2.4.2 Pengukuran Efektivitas

Pada umumnya efektivitas diukur dengan membandingkan rencana dengan aktual yang terjadi. Dan pengukuran efektivitas juga dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk mengetahui sejauh mana tingkat pencapaian perusahaan dalam suatu periode akuntansi. Salah satu tujuan perusahaan adalah mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dari kegiatan produksinya, oleh karena itu perusahaan dengan manajemen didalamnya akan menargetkan penjualan yang akan dicapai dalam suatu periode, penjualan ini dapat dikatakan efektif apabila perusahaan dapat mencapai penjualan yang ditargetkan oleh pihak manajemen.

Menurut Sugiwardani (2016:6) faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas penjualan:

1. Pengaruh sistem kontrol manager penjualan dengan kinerja tenaga penjualan

Sistem kontrol manager penjualan dapat mempengaruhi efektivitas penjualan, dengan di dukung oleh penelitian terdahulu yang menunjukkan hasil yang

signifikan, strategi kontrol manajemen berorientasi perilaku mempunyai pengaruh positif terhadap efektifitas penjualan. Sedangkan terhadap kinerja perilaku tenaga penjualan, kontrol manager berorientasi perilaku berpengaruh negatif.

2. Pengaruh tingkat pengalaman menjual dengan kinerja tenaga penjualan

Tingkat pengalaman menjual juga akan mempengaruhi kinerja tenaga penjualan. Pengalaman seorang tenaga penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap kemampuan tenaga penjualan beradaptasi (kerja cerdas) dan secara langsung juga akan berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjualan.

3. Pengaruh desain wilayah penjualan dengan kinerja tenaga penjualan

Desain wilayah penjualan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perilaku maupun kinerja hasil. Desain wilayah penjualan dapat mempengaruhi kinerja tenaga penjual, karena tenaga penjual mempunyai tanggung jawab kerja yang lebih jelas dan beban pekerjaan yang seimbang melalui desain wilayah yang baik dan jelas.

4. Pengaruh desain wilayah penjualan terhadap efektivitas penjualan

Desain wilayah penjualan yang efektif memberikan suatu bidang yang penting untuk meningkatkan efektifitas organisasi penjualan. Pihak manajemen harus tepat menentukan beberapa jumlah pelanggan bagi masing-masing tenaga penjual, tanggung jawab produk, dan wilayah geografis.

5. Pengaruh kinerja tenaga penjualan terhadap kinerja tenaga penjualan

Efektifitas penjualan dan kinerja tenaga penjualan merupakan jenis konsep yang berbeda secara konseptual, dan hubungannya.

Menurut Anthony dan Govindarajan (2006:141), Ada dua unsur yang mempengaruhi efektivitas penjualan yaitu:

1. Anggaran perusahaan

Dalam anggaran penjualan akan tertuang target penjualan yang telah disepakati dan ditetapkan. Dalam menetapkan target tersebut diperlukan perhitungan dan pertimbangan yang matang menyangkut seluruh sumber daya yang dimiliki dan faktor-faktor lain diluar perusahaan yang mempengaruhi perusahaan (lingkungan bisnis). Target penjualan yang ditetapkan oleh perusahaan tersebut merupakan bagian dari kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan karena setelah menghitung dan mempertimbangkan setiap faktor tersebut baru perusahaan dapat memutuskan target yang akan dicapai pada periode tertentu.

2. Realisasi penjualan

Anggaran penjualan yang sudah disetujui dan disahkan akan dilaksanakan oleh dengan melakukan kegiatan penjualan. Pelaksanaan semua kegiatan penjualan didukung dengan semua sumber daya yang dimiliki. dalam rangka mencapai target penjualan akan memberikan hasil penjualan yang pada akhir periode merupakan realisasi penjualan.

Dari kutipan di atas dapat disimpulkan bahwa efektivitas penjualan dapat diukur denganmemperbandingkan realisasi penjualan dengan anggaran penjualan dari perusahaan dalam mencapai sasaran kegiatan penjualan manajemen. Untuk mencapai target penjualan, dilakukan melalui promosi dan melakukan *follow up* sehingga dapat meningkatkan target penjualan.

2.5 Penjualan

2.5.1 Pengertian Penjualan

Penjualan adalah suatu aktivitas atau bisnis menjual produk barang atau jasa. Penjualan merupakan fungsi pemasaran yang sangat penting dan menentukan bagi perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan yakni memperoleh laba guna menjaga kelangsungan perusahaan. Pengertian penjualan menurut Suwardjono (2010:381) adalah transaksi pertukaran barang atau jasa hasil produksi perusahaan dengan kas atau klaim.”Adapun indikator efektivitas penjualan yang digunakan dalam penelitian ini ada 3 yaitu :

1. Kemampuan Penjualan

Penjualan merupakan perpindahan barang atau jasa yang di lakukan oleh penjual. Salah satu fungsi penjualan yang sangat penting yaitu untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dalam mendapatkan laba demi menjaga kelangsungan perusahaan. penjualan berlangsung dengan melakukan pertukaran barang atau jasa yang akan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

2. Iklan

Iklan merupakan pesan promosi benda seperti barang, jasa, produk jadi, ataupun ide. Iklan bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan juga sebagai strategi untuk menjangkau pembeli dalam melakukan pertukaran iklan dapat di siarkan melalui televisi, radio, handphone dan media cetak.

3. Harga

Harga merupakan suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang di peroleh dari suatu barang atau jasa bagi

perusahaan. Istilah harga di gunakan untuk memberikan nilai financial pada suatu produksi barang dan jasa, biasanya di gunakan kata harga berupa digit nomilal besaran angkat terhadap nilai suatu baranga atau jasa.

2.5.2 Jenis – jenis Penjualan

Dengan berkembangnya perekonomian dewasa ini maka timbul berbagai macam jenis penjualan. Secara umum, terdapat 2 (dua) jenis penjualan, yaitu:

1. Penjualan tunai

Penjualan tunai adalah penjualan yang transaksi pembayaran dan pemindahan hak atas barangnya langsung melalui register kas atau bagian kassa. Sehingga, tidak perlu ada prosedur pencatatan piutang pada perusahaan penjual.

2. Penjualan Kredit

Selain penjualan tunai, jenis penjualan lainnya adalah penjualan kredit. Menurut Mulyadi (2008:206) penjualan kredit yaitu “Penjualan kredit dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mengirimkan barang sesuai dengan order yang diterima dari pembeli dan untuk jangka waktu tertentu, perusahaan mempunyai tagihan kepada pembeli tersebut”. Sedangkan menurut Soemarso (2009:160) yaitu “Penjualan kredit adalah transaksi antara perusahaan dengan pembeli untuk menyerahkan barang atau jasa yang berakiba timbulnya piutang, kas dan aktiva”. Keuntungan dari penjualan tunai adalah hasil penjualan tersebut langsung terealisasi dalam bentuk kas yang dibutuhkan perusahaan untuk mempertahankan likuiditasnya, tetapisaat ini umumnya pembelian cenderung secara kredit. Oleh karena itu dalam usaha untuk memperbesar volume penjualan, umumnya perusahaan menjual produknya secara kredit.

Penjualan kredit tidak segera menghasilkan pendapatan kas, tetapi kemudian menimbulkan piutang.

2.5.3 Tujuan Penjualan

Tujuan penjualan adalah mendatangkan keuntungan atau laba dari produk-produk atau jasa yang dihasilkan produsennya dengan pengelolaan yang baik dan juga mengharapkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Akan tetapi hal ini perlu peningkatan kinerja dari pihak distributor dalam menjamin mutu dan kualitas barang ataupun jasa yang akan di jual. Mencapai suatu tujuan yaitu dalam perusahaan setiap penjualan harus memiliki tujuan penjualan yang dicapai.

2.6 Peranan Audit Operasional Dalam Menunjang Efektivitas Penjualan

Dengan berkembangnya suatu perusahaan diikuti dengan semakin kompleksnya aktivitas yang dijalankannya, hal ini menuntut pelaksanaan aktivitas yang efisien dan efektif untuk mencapaitujuan yang telah ditetapkan. Untuk mengetahui perbandingan sampai sejauh mana tujuan yangditetapkan tersebut berbanding dengan kondisi yang ada perlu dilakukan audit. Berdasarkan yang dikemukakan oleh Agoes (2009:1) pendekatan audit yang biasa dilakukan dalam suatu management audit adalah menilai efisiensi, efektivitas, dan keekonomisandari setiap fungsi yang terdapat dalam perusahaan. Misalnya: fungsi penjualan dan pemasaran, fungsi produksi, fungsi pergudangan dan distribusi, fungsi sumber daya manusia, fungsi akuntansi,serta fungsi keuangan. Jadi, audit operasional memang dilakukan untuk menganalisa efisiensi, efektivitas, dan keekonomisan fungsi-fungsi penting dalam perusahaan, termasuk fungsi penjualan.

Maka peranan audit operasional ini dalam efektivitas penjualan memang cukup penting. Oleh karena itu berdasarkan kutipan di atas, audit operasional berperan dalam efektivitas penjualan, karena hasil dari laporan audit itu dapat menjadi evaluasi untuk manajemen.

2.7 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Berdasarkan uraian di atas maka penelitian terdahulu dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Hasil Penelitian
1.	Peranan audit operasional dalam menunjang efektivitas penjualan (studi empiris pada perusahaan daerah air minum kabupaten malang)	(Wahyuningsih <i>et al.</i> , 2016)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa audit operasional berhubungan terhadap efektivitas penjualan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Malang.
2.	Analisis peran audit operasional dalam meningkatkan efektivitas	(Prawiranrga, 2017)	Hasil penelitian yang telah dilakukan pada PD. ACB Banjarsari, maka dapat disimpulkan bahwa Audit Operasional pada PD. ACB Banjarsari telah dilaksanakan dengan cukup memadai serta berjalan sesuai

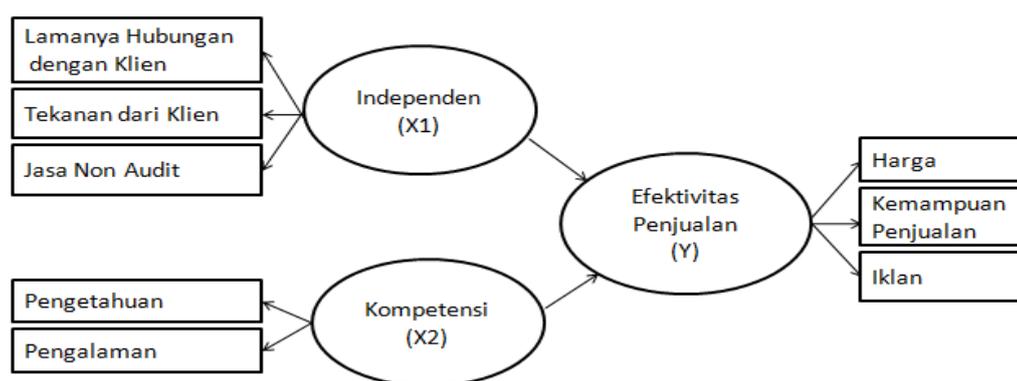
	pengendalian intern penjualan pada pd. Acb banjarasari		dengan ketentuan yang berlaku.
3.	Pengaruh audit operasional dan implementasi strategi terhadap efektivitas penjualan pada pt. X	(Wuwungan,dkk 2017)	Penelitian ini menunjukkan efektivitas penjualan dapat dipengaruhi oleh audit operasional dan implementasi strategi.
4.	Studi tentang efektivitas pengendalian intern penjualan Studi kasus pada pt. Anta express tour & travel service, tbk	(Djanegara, dkk 2017)	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Peranan internal audit sebagai badan independen pada PT. Anta Express Tour & Travel Service, Tbk. dikatakan telah berjalan efektif karena perusahaan dapat meningkatkan pengendalian intern penjualannya untuk setiap cabang.
5.	Peranan Audit Operasional Dalam Menunjang Efektivitas Penjualan Pada Pt. Kanmo Retail Group	Rahma, Dayani Harahap (2018)	Hasi penelitian, Audit operasional dilaksanakan oleh auditor yang kompeten, memiliki latar belakang pendidikan yang formal sesuai dengan tugasnya, mempunyai pengalaman kerja di bidang auditor dan mempunyai keterampilan dalam mengaudit suatu perusahaan. Audit yang dilaksanakan sesuai dengan tahap – tahap audit operasional yang

			terdiri dari audit pendahuluan, review dan pengujian pengendalian manajemen, audit terinci, pelaporan, tindak lanjut.
6.	<i>The impact of internal audit attributes on the effectiveness of internal control over operations and compliance</i>	Yu-Tzu Chang, et, all (2018)	Hasilnya menunjukkan bahwa tim audit internal yang lebih besar dapat meningkatkan kinerja audit internal untuk operasi dan kepatuhan, sedangkan kompetensi auditor internal secara positif terkait dengan efektivitas pengendalian internal atas kepatuhan, tetapi tidak untuk operasi.
7.	<i>Strategic and operational alignment of sales-marketing interfaces: Dual paths within an SME configuration</i>	Avinash Malshe, et, all (2017)	Penelitian antarmuka pemasaran penjualan (IKM) bertujuan untuk memahami saling ketergantungan antara penjualan dan pemasaran untuk berhasil mengembangkan dan menerapkan strategi pemasaran.
8.	<i>Audit committee financial expertise, gender, and earnings management: Does gender of the financial expert matter?</i>	Al Mansour Zalata, et, all (2017)	Hasilnya menunjukkan bahwa proporsi keahlian keuangan pada AC dan gender mengurangi manajemen laba.
9.	<i>Do audit firm</i>	Reiner Quick,	Hasilnya menunjukkan efek utama

	<i>rotation, auditor retention, and joint audits matter? – An experimental investigation of bank directors' and institutional investors' perceptions</i>	<i>et, all (2018)</i>	negatif untuk audit bersama terhadap persepsi independensi auditor, dan bahwa siklus rotasi 24 tahun secara marjinal secara signifikan merusak persepsi peserta terhadap kualitas audit, dibandingkan dengan siklus rotasi yang hanya sepuluh tahun.
10.	<i>How critical events shape the evolution of sales organizations: A case study of a business-to-business services firm</i>	Lissa Beeler, et, all (2017)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) perubahan dalam organisasi penjualan didorong oleh peristiwa yang memfokuskan perhatian unit pada keinginan untuk pertumbuhan atau pada kebutuhan untuk mengekang eksekusi, (2) mekanisme utama untuk melakukan perubahan dalam organisasi penjualan adalah perataan dan menghilangkan struktur organisasi, dan (3) ada korespondensi tingkat tinggi antara perubahan dalam struktur organisasi dan, keduanya, tingkat modal sosial tenaga penjual dan kejadian perilaku tenaga penjual yang tidak etis. Implikasi teoritis dan praktis dari temuan ini dibahas.

2.8 Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian diatas, peneliti mengidentifikasi dua variabel yaitu independensi (X_1), Kompetensi (X_2) dan Efektivitas Penjualan (Y). Kerangka konseptual yang digunakan dalam penelitian ini, dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan asumsi atau dugaan atau jawaban sementara yang mungkin benar dan sering sebagai dasar pengambilan keputusan, pemecahan persoalan ataupun digunakan sebagai dasar penelitian lebih lanjut. Berdasarkan permasalahan yang diangkat, peneliti mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Diduga terdapat pengaruh signifikan independensi terhadap efektivitas penjualan pada PT. Wuling Palopo

H2 : Diduga terdapat pengaruh signifikan kompetensi terhadap efektivitas penjualan pada PT. Wuling Palopo

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian ini adalah deskriptif yaitu yang berusaha untuk menggambarkan objek atau subjek yang diteliti sesuai dengan peristiwa dan kejadian, dengan tujuan untuk menggambarkan secara sistematis, fakta dan karakteristik objek yang diteliti secara tepat. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menggunakan data berupa angka untuk menganalisis keterangan yang ingin diketahui.

3.2 Lokasi dan waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara langsung dan lokasi yang dipilih adalah PT. Sumber Graha Sejahtera. Alamat: Jl. Jendral Sudirman No.188, Binturu, Wara Selatan, Kota Palopo, Sulawesi Selatan 91923, dengan waktu yang digunakan dalam penelitian ini selama beberapa bulan.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Populasi menurut Sugiwardani (2016:80) adalah wilayah generalisasi terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu, ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah 30 karyawan yang bekerja di PT. Wuling Palopo.

3.3.2 Sampel

Sampel Penelitian menurut Sugiwardani (2016:81) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dilakukan

dengan metode purposive sampling. Metode sampling jenuh yaitu mengambil semua jumlah populasi menjadi sampel. Yang dimana sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 30 responden yang ada di PT. Wuling Palopo.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis data

Penelitian ini merupakan penelitian survei. Sama halnya dengan penelitian survei pada umumnya, penelitian ini menggunakan data primer yakni sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau dari pihak pertama. Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti (Kompetensi, independensi, dan efektivitas penjualan).

3.4.2 Sumber data

Sumber data dilakukan dengan pembagian angket, dalam angket yang dibagikan kepada para responden berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai variabel terkait yang akan diteliti. Teknik pengumpulan data survey dilakukan dengan menyerahkan daftar pertanyaan/pernyataan kepada pihak manajemen perusahaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

3.5 Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan tahap mengumpulkan informasi penelitian yang dapat menunjang tercapainya hasil penelitian yang andal. Dalam tahap ini, data yang dikumpulkan bersumber dari variabel-variabel yang sedang diteliti dalam menentukan subjek penelitian. Dalam penelitian ini, yang menjadi subjek yang diteliti adalah pihak manajemen perusahaan yang berhubungan dengan

masalah yang diteliti. Dalam memperoleh data, di ambil dari data penjualan perusahaan yang di teliti.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu metode atau cara untuk mengelola sebuah data menjadi informasi sehingga data tersebut mudah untuk di pahami. Teknik analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu:

3.6.1. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan untuk sebagaimana adanya tanya bermaksud untuk menarik kesimpulan yang berlaku secara generalisasi. Dalam statistik deskriptif, hasil jawaban responden akan dideskripsikan menurut masing-masing variabel penelitian Sugiwardani (2016).

3.6.2 Uji Validitas

Priyatno (2014:51), mengemukakan bahwa uji validitas merupakan uji instrumen data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas digunakan untuk menguji apakah data kuesioner yang digunakan dalam penelitian valid atau tidak valid. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji validitas kontruksi. Validitas kontruksi dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment*:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{n(\sum x^2 - \sum x^2)(\sum y^2 - \sum y^2)}}$$

Keterangan:

r_{hitung} = Koefisien korelasi *pearson product moment*

n = Jumlah responden

x = Skor jawaban responden

y = Jumlah skor jawaban responden

Kriteria pengujiannya adalah jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$), maka instrumen penelitian dinyatakan valid dan sebaliknya apabila r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$) maka instrumen penelitian dinyatakan tidak valid.

3.6.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat pengujian untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Butir pertanyaan dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten. Pengukuran kehandalan butir pertanyaan dengan menyebarkan kuesioner pada responden, kemudian hasil skornya diukur korelasinya antar score jawaban pada butir pertanyaan yang sama dengan bantuan komputer program SPSS (*Statistical Program For Society Science*) dengan fasilitas *Cronbach Alpha* (α). Menurut Priyatno (2014:64), untuk menentukan apakah instrument reliabel atau menggunakan batasan 0,6. Dengan kata lain bahwa reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.

3.6.4 Analisis Linear Berganda

Uji regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif. Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel

dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Menurut Sugiwardani (2016:277) persamaan regresi linier berganda yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Efektivitas Penjualan

a = Nilai Intercept (konstan)

b_1, b_2 = Koefisien Regresi

X_1 = Independensi

X_2 = Kompetensi

e = Error

3.6.5 Uji Koefisien Korelasi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui bagaimana hubungan antar dua variabel. Untuk memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil, dapat menentukannya berdasarkan pedoman yang dikemukakan oleh Sugiwardani (2016).

3.6.6 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi atau analisis R^2 (R Square) digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen Proyatno (2016).

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD : Koefisien Determinasi

R^2 : Koefisien Korelasi.

3.6.7 Uji t (Uji Koefisien Regresi Secara Parsial)

Nilai t hitung digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial (per variabel) terhadap variabel tergantungnya. Apakah variabel tersebut memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel tergantungnya atau tidak. Menurut Proyatno (2016) uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini variabel yang teliti adalah sebagai berikut :

1. Independensi adalah para auditor internal dianggap mandiri apabila melaksanakan pekerjaannya secara bebas dan objektif
2. Kompetensi adalah kemampuan yang dimiliki oleh seorang auditor untuk melaksanakan suatu pedoman dalam melakukan tanggung jawabnya.
3. Efektivitas penjualan adalah bagaimana sebuah perusahaan dapat mencapai target atau tujuan yang telah ditetapkan

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Profil Perusahaan

Wuling merupakan brand mobil yang berasal dari China. Wuling didirikan pada tahun 2002 oleh PT. Saic General Motors Wuling (SGMW) di liuzhou, Guangxi, Tiongkok. Pada tahun 2009 wuling dapat mencapai penjualan *offline* kendaraannya yang kesejuta, ini adalah prestasi yang luar biasa mengingat wuling adalah perusahaan yang baru. Seiring dengan berjalannya waktu, pencapaian penjualan wuling meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2012 wuling dapat membukukan dan merayakan penjualan offline kendaraannya yang kesepuluh juta.

PT. Wuling Motors mendirikan perusahaannya pertama kali di Indonesia yang didirikan di Greenland International Industrial Center (GIIC), Blok BA No. 1, Deltamas, Cikaran, Bekasi, Jawa Barat, Indonesia dan diberi nama PT. Wuling Motors Indonesia. Pada tahun 2017, wuling telah memiliki 48 dealer resmi yang tersebar di seluruh Indonesia. Dengan pencapaian yang telah diperoleh perusahaan wuling sehingga dapat membuktikan bahwa mobil wuling siap bersaing dengan merek mobil lain yang telah ada di Indonesia.

4.1.2 Visi dan Misi

Visi

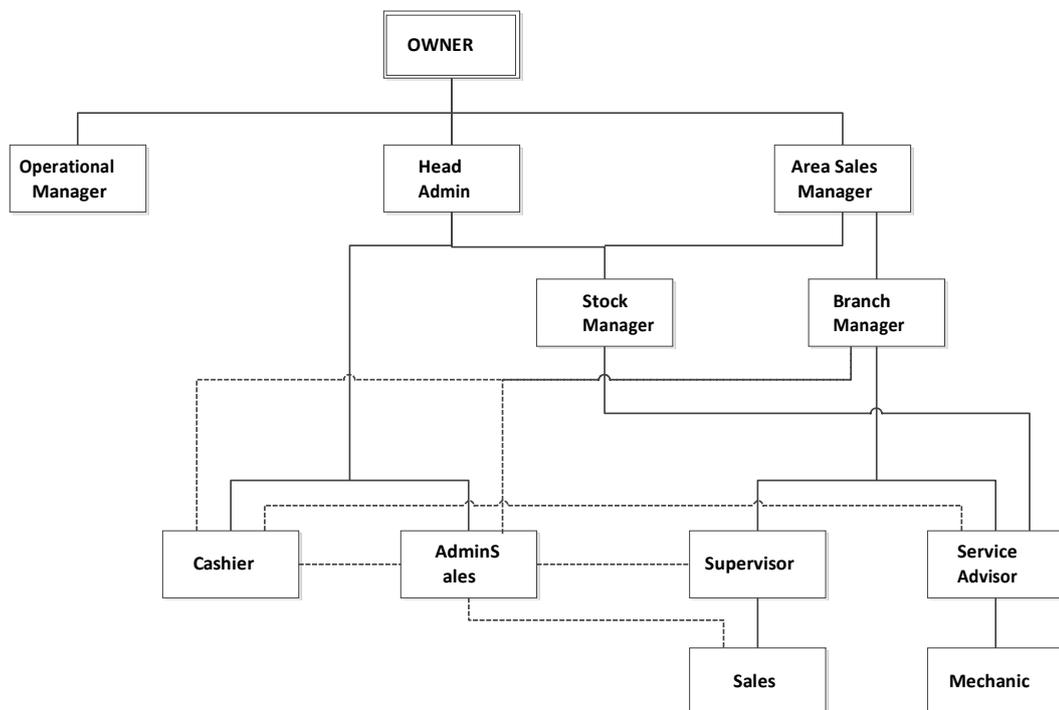
Visi PT. Wuling Motors Palopo adalah menjadi salah satu pemain penting di industri otomotif Indonesia.

Misi

Misi PT. Wuling Motors Palopo adalah untuk menciptakan produk dan jasa yang berkualitas tinggi dan memberikan program pemasaran yang terbaik. Setiap perusahaan selalu menetapkan visi dan misi yang menjadi pondasi bagi perusahaannya. Visi dan misi yang telah ditentukan oleh perusahaan digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Dengan adanya visi dan misi yang diterapkan oleh PT. Wuling Motors Palopo diatas diharapkan dapat membuat PT. Wuling Motors Palopo dapat berjalan sesuai dengan visi dan misi yang telah ditetapkan oleh perusahaan demi mencapai tujuan.

4.1.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi pada PT. Wuling Motors Palopo adalah sebagai berikut:



Sumber: PT. Wuling Motors Palopo

Gambar 4.1
Struktur Organisasi

4.1.4 Tugas dan Wewenang Masing-Masing Bagian

Adapun tugas dan wewenang masing-masing bagian PT. Wuling Motors Palopo adalah sebagai berikut:

Owner

Owner merupakan pemilik dan mempunyai posisi tertinggi di perusahaan PT.

Wuling Motors Palopo dan memiliki tugas sebagai berikut:

1. Mengawasi dan mengontrol segala kegiatan perusahaan pusat dan cabang.
2. Memberikan otorisasi cek

Operasional Manajer

Operasional manajer memiliki tugas sebagai berikut:

1. Mengawasi kegiatan *operasional* yang terjadi di perusahaan
2. Melakukan penambahan dealer baru
3. Menentukan lokasi yang strategis untuk penempatan *dialer* baru

Head Admin

Head admin bertugas sebagai kepala admin yang mengatur keuangan perusahaan dan memiliki tugas sebagai berikut:

1. Mengelola keuangan perusahaan
2. Membuat laporan keuangan untuk diberikan kepada *Owner*
3. Melakukan pemeriksaan saldo kas kecil pada perusahaan.

Area Sales Manager

Area sales manager memiliki tugas sebagai berikut:

1. Mengawasi penjualan yang terjadi di perusahaan

Stock Manager

Stock manager memiliki tugas sebagai berikut:

1. Melakukan pengecekan aset perusahaan
2. Mengontrol *stock* unit yang ada di perusahaan
3. Berkoordinasi dengan bagian admin penjualan terkait *stock* mobil yang tersedia

Admin Sales

Admin sales memiliki tugas sebagai berikut:

1. Menerbitkan faktur penjualan
2. Mengontrol *stock* unit kendaraan
3. Mengimput data konsumen dan data unit yang dibeli

Cashier

Cashier memiliki tugas sebagai berikut:

1. Menyetor uang ke bank
2. Mencatat pemasukan dan pengeluaran yang terjadi di dalam mutasi kas
3. Mengimput transaksi bengkel ke dalam system yang telah tersedia
4. Membuat laporan pemasukan kas bengkel

Branch Manager

Branch manager atau biasa disebut kepala cabang memiliki tugas sebagai berikut:

1. Mengontrol semua kegiatan *operasional* yang ada di perusahaan mulai dari kebersihan, penjualan, ketersediaan barang dan keuangan yang ada di perusahaan
2. Memberikan otorisasi terhadap permintaan dana untuk kegiatan

operasional perusahaan

3. Meningkatkan performa dan produktifitas pada perusahaan cabang

Supervisor

Supervisor merupakan atasan dari *sales* dan *sales counter*, dan memiliki tugas sebagai berikut:

1. Mengawasi dan memastikan semua pekerjaan *sales* telah dilakukan dengan baik sehingga semua penjualan lancar
2. Memberikan pelatihan atau *briefing* kepada *sales* tentang bagaimana cara agar target penjualan dapat tercapai

Sales

Sales merupakan bagian penting bagi penjualan produk perusahaan, dan memiliki tugas sebagai berikut:

1. Melayani konsumen dan memasarkan produk wuling
2. Memperkenalkan dan menjelaskan produk yang di jual
3. Memberikan informasi terkait dengan mobil dan tipe produk

Service Advisor atau SA

Service advisor bertugas sebagai berikut:

1. Melayani pelanggan yang melakukan *service* kendaraan dengan mendengarkan, menganalisa, dan menjelaskan tentang kerusakan kendaraan
2. Mengimput data *service* dan mengisi buku *service* pelanggan
3. Memutuskan apakah kendaraan boleh keluar atau tidak setelah diperbaiki

Mechanic

Mechanic bertugas untuk menjalankan tugas atau menunggu perintah dari SA untuk melakukan *service* kendaraan.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif adalah memberikan gambaran suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, minimum dan maksimum pada setiap variabel berikut:

Tabel 4.1
Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Independensi	30	33	45	39,43	3,540
Kompetensi	30	28	50	41,43	6,168
Efektivitas Penjualan	30	33	45	39,03	3,672

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa terdapat 30 jumlah sampel (N) pada tiap-tiap variabel yang diteliti. Efektivitas penjualan sebagai variabel dependen memiliki nilai minimum sebesar 33 dengan nilai maksimum sebesar 45, sedangkan nilai rata-rata (*mean*) adalah 39,03 dengan standar deviasi 3,672. Nilai standar deviasi menunjukkan nilai yang rendah dibandingkan dengan nilai *mean*, hal ini berarti bahwa simpangan data pada variabel efektivitas penjualan tidak terlalu besar. Dengan begitu dapat dikatakan bahwa variasi antara nilai minimum dan maksimum pada periode pengamatan relatif rendah, sehingga dapat dikatakan baik karena tidak ada kesenjangan yang relatif besar antara maksimum dan minimum pada efektivitas penjualan.

Independensi mempunyai nilai minimum 33 dan nilai maksimum sebesar 45. Dari tabel 4.1 dapat dilihat bahwa nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai *mean* menunjukkan rendahnya variasi antara nilai maksimum dan minimum selama periode penelitian sehingga tidak ada kesenjangan yang cukup besar dari Independensi. Begitu juga dengan kompetensi yang mempunyai nilai minimum sebesar 28 dan nilai maksimum sebesar 50 dari tabel 4.1 terlihat bahwa nilai standar deviasi kompetensi lebih kecil dari nilai *mean* sehingga menunjukkan rendahnya variasi antara nilai maksimum dan minimum selama periode penelitian atau kata lain tidak ada kesenjangan yang cukup besar dari kompetensi.

4.2.2 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkatkevalidan atau kesahian suatu instrument. Instrument yang valid berarti memiliki validitas tinggi. Adapun hasil uji validitas instrumen pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas

Variabel Penelitian	Item Pernyataan	R tabel	R Hitung	Keterangan
Variabel Independensi (X ₁)	1	0,361	0,749	Valid
	2	0,361	0,725	Valid
	3	0,361	0,827	Valid
	4	0,361	0,800	Valid
	5	0,361	0,621	Valid
	6	0,361	0,786	Valid
	7	0,361	0,526	Valid
	8	0,361	0,632	Valid
	9	0,361	0,668	Valid
Variabel Kompetensi (X ₂)	1	0,361	0,880	Valid
	2	0,361	0,861	Valid
	3	0,361	0,861	Valid

	4	0,361	0,847	Valid
	5	0,361	0,839	Valid
	6	0,361	0,910	Valid
	7	0,361	0,893	Valid
	8	0,361	0,888	Valid
	9	0,361	0,884	Valid
	10	0,361	0,867	Valid
Variabel Efektivitas Penjualan (Y)	1	0,361	0,761	Valid
	2	0,361	0,657	Valid
	3	0,361	0,837	Valid
	4	0,361	0,822	Valid
	5	0,361	0,779	Valid
	6	0,361	0,797	Valid
	7	0,361	0,749	Valid
	8	0,361	0,652	Valid
	9	0,361	0,679	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Berdasarkan data pada tabel di atas, diketahui bahwa korelasi antar semua item pertanyaan dengan skor total untuk variabel pelatihan, kompetensi, motivasi dan kinerja lebih besar dari 0,361, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap item pernyataan untuk variabel independensi, kompetensi dan efektivitas penjualan dinyatakan validitas

4.2.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas data dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator darivariabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorangterhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *chronbach's alpha* (α) 0,60. Adapun hasil uji reliabilitas instrumen pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Cronbach Alpha	Keterangan
Variabel Independensi (X ₁)	0,866	Reliabel
Variabel Kompetensi (X ₂)	0,965	Reliabel
Variabel Efektivitas Penjualan (Y)	0,898	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Dari data pada tabel di atas, diketahui bahwa nilai *chronbach's alpha* untuk semua variabel pada penelitian ini lebih besar sebesar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada instrumen penelitian untuk variabel independensi, kompetensi dan efektivitas penjualan dinyatakan reliabel.

1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian

Pada bagian ini akan digambarkan tentang tanggapan responden terhadap variabel dalam penelitian ini. Untuk mengetahui persepsi responden dalam penelitian ini digunakan skala likert. Dalam pengukuran jawaban responden, pengisian kuisioner dapat memudahkan pengambilan data yang diperlukan diukur dengan menggunakan skala likert dengan tingkatan sebagai berikut:

- 1.) Jawaban sangat setuju diberi bobot 5
- 2.) Jawaban setuju diberi bobot 4
- 3.) Jawaban netral diberi bobot 3
- 4.) Jawaban tidak setuju diberi bobot 2
- 5.) Jawaban sangat tidak setuju diberi bobot 1

Penelitian yang dilakukan pada populasi (tanpa diambil sampelnya) jelas akan menggunakan statistik deskriptif dalam analisisnya perhitungan penyebaran

data melalui perhitungan rata-rata dan perhitungan persentase. Berikut adalah rumus analisis diskriptif dalam penelitian ini yaitu :

$$\begin{aligned} \text{Rataan Skor} &= \frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{5} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

- 1.) 1,00 -1,80= Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2.) 1,81-2,60 = Tidak Setuju (TS)
- 3.) 2,61- 3,40= Netral (N)
- 4.) 3,41-4,20 = Setuju (S)
- 5.) 4,21-5,00 = Sangat Setuju (SS)

Adapun tanggapan responden tentang variabel pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Independensi (X₁)

Adapuntanggapan responden terhadap variabel independensi (X₁) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Independendi (X₁)

No	Pernyataan	Tanggapan					Total Skor	Rata-Rata	Ket
		1	2	3	4	5			
1.	Auditor harus bersikap independen dalam melakukan audit	-	-	1	14	15	134	4,47	SS
2.	Dalam melaksana tugas	-	-	1	18	11	130	4,33	SS

	atas laporan keuangan, auditor tidak mendapat tekanan dari siapapun.								
3.	Dalam melaksanakan tugas, auditor dituntut untuk bertindak secara independen walaupun adanya intimidasi atau pengaruh dari pihak lain.	-	-	1	17	12	131	4,37	SS
4.	Agar tidak kehilangan klien, auditor kadang bersikap tidak jujur dalam melaksanakan tugas.	-	-	-	19	11	131	4,37	SS
5.	Fasilitas yang auditor terima dari klien membuat seorang auditor sungkan kepada klien sehingga kurang bebas dalam melakukan audit.	-	-	2	16	12	130	4,33	SS
6.	Auditor tidak berani melaporkan kesalahan klien karena klien dapat menggantikan posisi auditor dengan auditor lain.	-	-	-	16	14	134	4,47	SS
7.	Selain memberikan jasa audit, kantor akuntan juga dapat memberikan jasa-jasa lain kepada klien yang sama.	-	1	-	17	12	130	4,33	SS
8.	Pemberian jasa lain kepada klien dapat meningkatkan informasi yang disajikan dalam laporan pemeriksaan akuntan publik.	-	-	1	12	17	136	4,53	SS
9.	Jasa non audit yang di berikan kepada klien dapat merusak penampilan akuntan pulik tersebut.	-	-	2	19	9	127	4,23	SS

Total	39,43	
Rata-rata	4,38	SS

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel independensi (X_1) ditanggapi dengan sangat setuju. Hal ini dilihat dari rata-rata keseluruhan jawaban responden sebesar 4,38 berada pada interval 4,21 – 5,00.

3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kompetensi (X_2)

Adapuntanggapan responden terhadap variabel independensi (X_2) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kompetensi (X_2)

No	Pernyataan	Tanggapan					Total Skor	Rata-Rata	Ket
		1	2	3	4	5			
1.	Seorang audit harus memahami dan melakukan jasa audit yang sesuai dengan SAK dan SPAP. Dengan pengetahuan yang dimiliki	-	-	5	14	11	126	4,20	SS
2.	Agar dapat melakukan audit yang baik, auditor perlu memahami kondisi perusahaan klien.	-	-	6	15	9	123	4,10	S
3.	Auditor harus bertanggung jawab atas tugas yang diberikan perusahaan klien kepadanya.	-	-	4	14	12	128	4,27	SS
4.	Untuk melakukan audit yang baik, auditor membutuhkan	-	-	5	16	9	124	4,13	S

	pengetahuan dari pendidikan formal dan pelatihan khusus di bidang audit.								
5.	Dengan pengetahuan yang dimiliki auditor dapat bekerja dan menyelesaikan pekerjaannya dengan baik.	-	-	5	16	9	124	4,13	S
6.	Dengan pengalaman yang saya miliki dapat mendukung proses audit yang saya lakukan.	-	-	5	16	9	128	4,27	SS
7.	pengalaman yang saya miliki masih lebih tinggi dari karyawan yang lain.	-	-	4	14	2	122	4,07	S
8.	Saya dapat menguasai pekerjaan yang telah diberikan klien kepada saya.	-	-	5	18	7	124	4,13	S
9.	Saya telah memiliki banyak pengalaman dalam bidang audit.	-	1	4	15	10	121	4,03	S
10.	Saya selalu mengedepankan sikap profesional dalam bekerja.	-	1	4	16	9	123	4,10	S
Total								41,43	
Rata-rata								4,14	S

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel kompetensi (X_2) ditanggapi dengan setuju. Hal ini dilihat dari rata-rata keseluruhan jawaban responden sebesar 4,14 berada pada interval 3,41-4,20.

5. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Efektivitas Penjualan (Y)

Adapuntanggapan responden terhadap variabel efektivitas penjualan (Y) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Efektivitas Penjualan (Y)

No	Pernyataan	Tanggapan					Total Skor	Rata-Rata	Ket
		1	2	3	4	5			
1.	Dengan kemampuan penjualan yang saya miliki saya dapat mencapai target penjualan yang telah ditentukan oleh perusahaan.	-	-	4	16	10	126	4,20	SS
2.	Dengan kemampuan saya dalam bertutur kata yang baik sehingga saya dapat dengan mudah bernegosiasi dan meyakinkan konsumen.	-	-	6	18	6	120	4,00	S
3.	Dengan adanya target penjualan yang ditentukan oleh perusahaan membuat saya terbebani dalam melakukan pekerjaan.	-	-	3	17	10	127	4,23	SS
4.	Media iklan yang digunakan untuk memasarkan produk lebih banyak sehingga dapat membantu para konsumen dalam mendapatkan informasi.	-	-	-	18	12	132	4,40	SS
5.	Tayangan/gambar yang di tampilkan harus menarik agar dapat menarik minat pelanggan.	-	-	-	19	19	131	4,37	SS
6.	Semakin sering menayangkan iklan di media televisi/radio dapat mendorong minat pelanggan untuk menggunakan mobil wuling.	-	-	-	20	10	130	4,33	SS
7.	Harga yang ditentukan oleh perusahaan ditempat saya bekerja sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan.	-	-	-	14	16	136	4,53	SS
8.	Kesesuaian tingkat harga produk yang terjangkau oleh	-	-	-	18	12	132	4,40	SS

	daya beli konsumen.								
9.	Perbandingan harga yang mampu bersaing dengan perusahaan yang lain.	-	-	-	13	17	137	4,57	SS
Total								39,03	
Rata-rata								4,34	SS

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel efektivitas penjualan (Y) ditanggapi dengan sangat baik. Hal ini dilihat dari rata-rata keseluruhan jawaban responden sebesar 4,34 berada pada interval 4,21 – 5,00.

4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui pengaruh independensi dan kompetensi terhadap efektivitas penjualan pada PT. Wuling Palopo, dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linear berganda. Adapun hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

No	Variabel Bebas	Koefisien Regersi	t-Hitung	Signifikan
1	Independensi (X ₁)	0,857	8,913	0,000
2	Kompetensi (X ₂)	0,130	2,360	0,026
<i>Constanta</i> = 10,627		F Hitung	= 45,368	
<i>R-Square</i> = 0,771		F Tabel	= 3,354	
t-Tabel = 2,052		Sig F	= 0,000	
Keterangan = * Nyata/Signifikan				

Sumber: Data Diolah, 2020

Berdasarkan data pada tabel di atas diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 10,627 + 0,875X_1 - 0,130X_2 + e$$

Dari persamaan regresi linear berganda di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai $a = 10,627$, berarti bahwa apabila nilai koefisien regresi untuk variabel independensi dan kompetensi sama dengan nol, maka efektivitas penjualan pada PT. Wuling Palopo sebesar 10,627.
2. Nilai $b_1 = 0,857$, berarti bahwa apabila variabel independensi ditingkatkan sebesar satu satuan, maka akan berpengaruh terhadap peningkatan efektivitas penjualan pada PT. Wuling Palopo sebesar 0,857 satuan. Dengan kata lain bahwa variabel independensi berpengaruh positif terhadap efektivitas penjualan pada PT. Wuling Palopo.
3. Nilai $b_2 = 0,130$, berarti bahwa apabila variabel kompetensi ditingkatkan sebesar satu satuan, maka akan berpengaruh terhadap penurunan efektivitas penjualan pada PT. Wuling Palopo sebesar 0,130 satuan. Dengan kata lain bahwa variabel kompetensi berpengaruh negatif terhadap efektivitas penjualan pada PT. Wuling Palopo.

4.2.5 Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan atau bersama-sama variabel independensi dan kompetensi terhadap efektivitas penjualan pada PT. Wuling Palopo. Berdasarkan hasil analisis variabel menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} pada dugaan pengaruh variabel independensi dan kompetensi terhadap efektivitas penjualan pada PT. Wuling Palopo sebesar 45,368 sedangkan nilai F_{tabel} adalah 3,354 dan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ pada taraf kepercayaan 95% sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel

independensi dan kompetensi berpengaruh terhadap efektivitas penjualan pada PT. Wuling Palopo.

4.2.6 Uji t (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas yaitu independensi dan kompetensi terhadap variabel terikat yaitu efektivitas penjualan pada PT. Wuling Palopo. Berdasarkan tabel 4.6 di atas diperoleh hasil uji secara parsial sebagai berikut:

- 1) Untuk variabel independensi (X_1) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $8,913 >$ dari nilai t_{tabel} yaitu $2,0521$ dan signifikansi sebesar $0,000 <$ dari $0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel independensi berpengaruh signifikan terhadap efektivitas penjualan pada PT. Wuling Palopo.
- 2) Untuk variabel kompetensi (X_2) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $2,360 >$ dari nilai t_{tabel} yaitu $2,052$ dan signifikansi sebesar $0,026 <$ dari $0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel kompetensi berpengaruh signifikan terhadap efektivitas penjualan pada PT. Wuling Palopo.

4.2.7 Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh adalah sebesar $0,771$ yang berarti bahwa variasi perubahan independensi dan kompetensi berpengaruh sebesar $77,10\%$ terhadap efektivitas penjualan pada PT. Wuling Palopo, sedangkan sisanya sebesar $22,90\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

4.3 Pembahasan Hasil Pengujian Statistik

4.3.1 Pengaruh Independensi terhadap Efektivitas Penjualan

Berdasarkan hasil pengujian statistik secara parsial yang telah dilakukan diketahui bahwa variabel independensi berpengaruh positif terhadap efektivitas penjualan menyatakan bahwa t_{hitung} sebesar 8,913 dan nilai t_{tabel} sebesar 2,0521 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,913 > 2,0521$) dengan nilai signifikan sebesar $0,0000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh antara independensi terhadap efektivitas penjualan. Dalam melakukan audit seorang auditor harus memiliki sikap independensi yang dimana seorang auditor bersikap netral, tidak memihak atau berpihak kepada yang lain dan bebas dari pengaruh siapapun. Bagi sebagian auditor bersikap netral merupakan hal yang sulit untuk dilakukan karena ketika menghadapi dua pilihan antara mengikuti keinginan klien atau memilih bersikap jujur demi kepentingan nama baik perusahaan.

Independensi berasal dari kata *independence* yang memiliki arti “tidak bergantung dan dikendalikan oleh orang lain atau benda, tidak didasari oleh orang lain, bertindak dan berpikir sesuka hati. Menurut Septriani (2012:81) secara umum independensi diartikan sebagai sikap mental yang bebas dari pengaruh, tidak dikendalikan dan tidak bergantung pada orang lain. Independensi merupakan hal yang penting bagi audit operasional dalam melaksanakan tugasnya agar dapat mendukung auditor dalam memperoleh hasil pemeriksaan yang efektif.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dan diperkuat oleh adanya penelitian terdahulu yang sebelumnya telah dilakukan dimana peran audit operasional berpengaruh signifikan terhadap efektivitas penjualan. Penelitian yang

telah dilakukan sebelumnya yaitu terdiri dari penelitian Yullanda (2014), Wuwungan (2017), Djanegara (2017), dan Suhardani *et al* (2017).

4.3.2 Pengaruh Kompetensi terhadap Efektivitas Penjualan

Berdasarkan hasil pengujian statistik secara parsial yang telah dilakukan antara variabel kompetensi terhadap efektivitas penjualan menyatakan bahwa t_{hitung} sebesar 2,360 dan nilai t_{tabel} sebesar 2,052 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,360 > 2,052$) sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara kompetensi terhadap efektivitas penjualan dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,026 < 0,05$. Yang membuktikan bahwa kompetensi berpengaruh signifikan terhadap efektivitas penjualan.

Kompetensi merupakan kemampuan atau kecakapan seseorang dalam melaksanakan suatu pekerjaan atau tugas yang diberikan yang mencakup tentang pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja dalam menyelesaikan suatu pekerjaan atau tugas sesuai dengan standar yang telah diberikan. Kompetensi seorang auditor juga dapat diukur dengan keahlian profesional yang dimiliki sebagai hasil dari pendidikan formal, ujian profesional maupun keikutsertaan dalam pelatihan seminar dan simposium. Semakin banyak sertifikat yang dimiliki dan semakin sering mengikuti pelatihan atau seminar dan simposium diharapkan auditor yang bersangkutan semakin cakap dalam melaksanakan tugasnya Septriani (2012:86). Dalam penelitian ini kompetensi merupakan indikator dari audit operasional yang digunakan sebagai variabel penelitian untuk mengukur hasil dari penelitian.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Wahyuningsih *et al* (2016), Prawiranrga (2017), Wuwungan

(2017), Rahma dan Dayani Harahap (2018) yang menunjukkan bahwa audit operasional berpengaruh signifikan terhadap efektivitas penjualan.

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai peran audit operasional dalam meningkatkan efektivitas penjualan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis perhitungan statistik secara parsial dapat di simpulkan bahwa independensi memiliki pengaruh dalam meningkatkan efektivitas penjualan, yang berarti bahwa semakin tinggi independensi seorang auditor maka efektivitas penjualan juga akan meningkat.
2. Berdasarkan analisis perhitungan statistik secara parsial dapat di simpulkan bahwa kompetensi memiliki pengaruh yang signifikan dengan arah negatif terhadap efektivitas penjualan, yang berarti kompetensi tidak memiliki pengaruh dalam meningkatkan efektivitas penjualan.

5.2 Saran

Dari pembahasan dan kesimpulan diatas, maka penulis mengharapkan untuk penelitian selanjutnya mampu menyajikan hasil yang lebih baik lagi dengan beberapa saran berikut :

1. Memggunakan objek penelitian dengan populasi dan sampel yang lebih banyak sehingga dapat data yang lebih besar atas populasi dan sampel penelitian yang diteliti.
2. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya pengumpulan data tidak hanya sebatas penyebaran kuesioner saja tetapi dapat juga dilakukan dengan

pengamatan, dokumentasi, observasi, serta wawancara langsung ke objek penelitian. Kehadiran peneliti pada saat responden melakukan pengisian kuesioner sebaiknya dilakukan agar responden dapat menanyakan butir-butir pertanyaan yang tidak dipahami sehingga kuesioner diisi dengan tepat.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad, E., Ikbal, & Patra, I. K. (2012). Peranan Audit Operasional Dalam Meningkatkan Efektivitas Penjualan pada PT. Delta Internusa Kota Palopo. *Jurnal Equilibrium*, 2(1), 59–66.
- Al, M. Z., Venancio T., & Ishmael, T. (2017) *Audit Committee Financial Expertise, Gender, and Earnings Management: Does Gender Of The Financial Expert Matter*. *Jurnal International* 55. 170-183. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2017.11.002>
- Anugrah, E. C., Tugiman, H., & Triyanto, D. N. (2017). Audit Operasional, Pengendalian Internal, dan Manajemen Pergudangan: Studi Pada Toserba Yoga. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(2), 193–208. <https://doi.org/10.15408/ess.v7i2.5208>
- Ariadharma, A. (2015). Pengaruh Sistem Pengendalian Intern Penjualan Terhadap Efektivitas Penjualan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 11(1), 63–76.
- Avinash, M., & Jamal, A. K., (2017). *Strategic And Operational Alignment Of Sales Marketing Interfaces : Dual Paths Within An SME Configuration*. *Jurnal International*, 66(1), 145-158. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.08.004>
- Junaidi, & Huldi. (2018). Pengaruh Audit Oprasional Terhadap Persediaan Barang Dagang Pada Usaha Depot Jaya Motor Kota Palopo. *Equilibrium*, 7(2), 44–54.
- Lissa, B., Alex, Z., & Wesley, J. (2017). *How Critical Events Shape The Evolution Of Sales Organizations: A Case Study Of a Business-to-Business Services Firm*. *Jurnal International*, 74(1), 66-76. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.01.011>
- Manuaba, I. A. D. P., & RM, K. M. (2019). Pengaruh Audit Operasional dan Pengendalian Internal Terhadap Kinerja Karyawan. *E-Jurnal Akuntansi*, 28(1), 322–350. <https://doi.org/10.24843/EJA.2019.v28.i01.p13>
- Prawiranrga, B. (2017). Analisis Peran Audit Operasional dalam Meningkatkan Efektivitas Pengendalian Intern Penjualan pada pd. Acb Banjarasari. *Jurnal Ilmiah Edukasi*, 5(2), 143–152.
- Priyatno, Duwi. 2014. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Reiner, Q., & Florian, S. (2018). *Do Audit Firm Rotation, Auditor Retention, And Joint Audits Matter An Experimental Investigation Of Bank Directors And*

Institutional Investors Perceptions. Journal Of Accounting Literature, 41(1), 1-21. <https://doi.org/10.1016/j.acclit.2018.01.003>

Septriani, Y. (2012). Pengaruh Independensi dan Kompetensi Auditor Terhadap Kualitas Audit, Studi Kasus Auditor KAP di Sumatera Barat. *Jurnal Akuntansi & Manajemen*, 7(2), 78–100.

Sugiwardani, R. (2016). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Penjualan di PT. Otsuka Indonesia*. 1–23. <https://doi.org/10.1145/2505515.2507827>

Suhardani, L., Suarthanai, W. R., & Surono, S. E. (2017). Peran Audit Operasional dalam Menunjang Efektivitas Penjualan pada PT. JPS. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Akuntansi*, 5(5), 1–12.

Wahyuningsih, N., Halim, A., & Wulandari, R. (2016). Peranan Audit Operasional dalam Menunjang Efektivitas Penjualan. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 4(1), 1–10.

Wuwungan, B., Pasasa, L. A., & Saputra, B. W. (2014). Pengaruh Audit Operasional Dan Implementasi Strategi Terhadap Efektivitas Penjualan Pada Pt . X. *Finance & Accounting Journal*, 3(1), 60–75.

Yullanda, E. P. R. (2014). Penerapan Audit Operasional untuk Mengevaluasi Efektivitas Pengendalian Internal Terhadap Aktivitas Penjualan PT. Varia Usaha Beton di Waru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 3(2), 1–19.

Yu-tzu, C., Hancung, C., Rainbow, K. C., Wuchun, C. (2018) *The Impact Of Internal Audit Attributes On The Effectiveness Of Internal Control Over Operations And Compliance. Journal Of Contemporary Accounting & Economics*, 15(1) 1-19. <https://doi.org/10.1016/j.jcae.2018.11.002>

<https://www.wartaekonomi.co.id/read203057/empat-disrupsi-dan-tantangan-bisnis-2019> diakses pada tanggal 15 Maret 2020, pukul 01:24 Wita