

**ANALISIS PENGENDALIAN INTERNAL TERHADAP  
SISTEM PENJUALAN MOTOR PADA PT MITRA  
PINASTHIKA MUSTIKA**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Fauziah Fahmi  
180810143**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2023**

**ANALISIS PENGENDALIAN INTERNAL TERHADAP  
SISTEM PENJUALAN MOTOR PADA PT MITRA  
PINASTHIKA MUSTIKA**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana (S.Ak.)**



**Oleh  
Fauziah Fahmi  
180810143**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2023**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Fauziah Fahmi  
NPM : 180810143  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Akuntansi

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul :

### **ANALISIS PENGENDALIAN INTERNAL TERHADAP SISTEM PENJUALAN MOTOR PADA PT MITRA PINASTHIKA MUSTIKA**

Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 18 January 2023



**Fauziah Fahmi**

**180810143**

**ANALISIS PENGENDALIAN INTERNAL TERHADAP  
SISTEM PENJUALAN MOTOR PADA PT MITRA  
PINASTHIKA MUSTIKA**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu gelar syarat  
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh**

**Fauziah Fahmi**

**180810143**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
seperti tertera di bawah ini**

**Batam, 18 January 2023**



**Hermaya Ompusunggu, S.E., M.Ak**

**Pembimbing**



---

**Universitas Putera Batam**



## **ABSTRAK**

Penjualan merupakan salah satu tombak untuk menentukan kelangsungan hidup perusahaan. Dari penjualan inilah, perusahaan dapat dikatakan berhasil atau tidaknya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis tentang pengendalian internal terhadap sistem penjualan motor di PT Mitra Pinasthika Mustika. Penelitian ini merupakan penelitian Kualitatif Deskriptif dengan sumber data berasal dari perusahaan sendiri dari rentang tahun 2017-2022. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dari Studi Kepustakaan dan studi lapangan yang terdiri dari Observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa penjualan motor di PT Mitra Pinasthika Mustika selalu stabil dan cenderung meningkat. Maka dari itu, analisis pengendalian internal terhadap sistem penjualan motor PT Mitra Pinasthika Mustika dapat dikatakan sudah cukup baik dan benar terlepas dari hambatan-hambatan yang ada, baik hambatan yang berasal dari luar atau dari dalam perusahaan yang sangat mempengaruhi sistem penjualan pada PT Mitra Pinasthika Mustika.

**Kata Kunci:** Pengendalian Internal, Sistem Penjualan

## **ABSTRACT**

*Sales is one of the spears to determine the survival of the company. From this sale, the company can be said to be successful or not. The purpose of this research is to find out the analysis of the internal control of the motorcycle sales system at PT Mitra Pinasthika Mustika. This research is a descriptive qualitative research with data sources coming from the company itself from 2017-2022. The data collection method used is from library research and field studies which consist of observation and documentation. The results of this study are that motorcycle sales at PT Mitra Pinasthika Mustika are always stable and tend to increase. Therefore, the internal control analysis of PT Mitra Pinasthika Mustika's motorbike sales system can be said to be quite good and correct regardless of the existing obstacles, both external and internal obstacles that greatly affect the sales system at PT Mitra Pinasthika Mustika.*

**Keywords:** *Internal Control, Sales System.*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini sebagai tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Akuntansi Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam, Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si.;
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom.;
3. Ketua Program Studi Akuntansi, Argo Putra Prima, S.E., M.Ak.;
4. Bapak Hermaya Ompusunggu, S.E., M.Ak. selaku pembimbing skripsi pada Program Studi Universitas Putera Batam;
5. Bapak Vargo Christian L.Tobing, S.E.Ak., M.Ak., selaku pembimbing akademik;
6. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
7. Ayahanda Zulfahmi dan ibunda Dayang Riana Sari R selaku orang tua yang senantiasa memberi dukungan dan doa untuk penulis;
8. Saudara dan teman-teman tercinta yang selalu memberikan nasihat dan dukungan agar penulis dapat menyelesaikan strata satu penulis;
9. Keluarga besar penulis;

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 18 Januari 2023

Fauziah Fahmi



# DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah .....	6
1.5 Tujuan Penelitian .....	6
1.6 Manfaat Penelitian .....	7
1.6.1 Manfaat Praktis .....	7
1.6.2 Manfaat Teoritis .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Teori Dasar Penelitian.....	9
2.1.1 Sistem Penjualan .....	9
2.1.2 Pengendalian Internal.....	10
2.1.3 Tujuan Pengendalian Internal .....	11
2.1.4 Unsur-unsur Pengendalian Internal.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu .....	15
2.3 Kerangka Pemikiran.....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Desain Penelitian.....	22
3.2 Objek Penelitian.....	23
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	23
3.3.1 Jenis Data .....	23
3.3.2 Sumber Data.....	24
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	24
3.5 Metode Analisis Data .....	25
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Hasil Penelitian .....	26

4.1.1	Gambaran Umum PT Mitra Pinasthika Mustika.....	26
4.1.2	Struktur Organisasi Perusahaan .....	28
4.1.3	Produk .....	32
4.1.4	Sistem Penjualan di PT Mitra Pinasthika Mustika.....	34
4.1.5	Pengenalan Sistem Informasi berbasis Online yang digunakan .....	44
4.2	Pembahasan.....	47
4.2.1	Analisis Sistem Pengendalian Internal pada Sistem Penjualan di PT Mitra Pinasthika Mustika .....	47
4.2.2	Standar Operasional Prosedur Penjualan di PT Mitra Pinasthika Mustika.....	48
4.2.3	Hambatan dalam Proses Penjualan PT Mitra Pinasthika Mustika .....	50
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Kesimpulan .....	54
5.2	Saran.....	55

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**Lampiran 1. Pendukung Penelitian**

**Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup**

**Lampiran 3. Surat Pendukung Penelitian**

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran .....	21
<b>Gambar 3.1</b> Desain Penelitian .....	23
<b>Gambar 4.1</b> Struktur Organisasi PT Mitra Pinasthika Batam .....	29
<b>Gambar 4.2</b> Kuitansi Pelunasan Pembelian Tunai .....	37
<b>Gambar 4.3</b> <i>Flowchart</i> Penjualan Tunai .....	38
<b>Gambar 4.4</b> Kuitansi Pembayaran DP oleh Konsumen.....	41
<b>Gambar 4.5</b> Kuitansi Pelunasan dari Leasing ke Dealer .....	42
<b>Gambar 4.6</b> <i>Flowchart</i> Penjualan Kredit.....	43
<b>Gambar 4.7</b> Tampilan Sistem Informasi dari <i>Main Dealer</i> .....	45
<b>Gambar 4.8</b> Tampilan Sistem Informasi dari <i>MPM Group</i> .....	46
<b>Gambar 4.9</b> Prosedur Penjualan di PT Mitra Pinasthika Mustika.....	49

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 1.1</b> Tabel Data Penjualan.....	4
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	15
<b>Tabel 4.1</b> Tabel Daftar Produk.....	32



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sejalan dengan pesatnya perkembangan teknologi, maka munculah beberapa macam kebutuhan yang harus dipenuhi. Semua kebutuhan yang diperlukan haruslah dapat dipenuhi dengan seefisien dan seefektif mungkin. Masyarakat mau tidak mau selalu mengikuti perkembangan dan selalu haus akan kebutuhan yang semakin spesifik. Perkembangan yang semakin tinggi dengan seiring kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi menjamin terciptanya lapangan pekerjaan, oleh sebab itu dengan laju pertumbuhan ditujukan untuk sasaran utama dengan meningkatkan pendapatan dan produktivitas masyarakat. Tujuan pembangunan yang benar-benar di arahkan pada sektor umum yang memiliki kepentingan yang sama. Persaingan bisnis yang semakin dinamis, kompleks dan tidak pasti, memacu para pengelola perusahaan untuk dapat berpikir secara efektif dan kreatif demi menunjukkan keunggulan dari perusahaannya dibandingkan dengan para pesaingnya.

Perusahaan tidak hanya sekedar mengembangkan produk yang baik, menawarkan dengan harga murah serta pelayanan yang menarik dan membuat mudah diperoleh oleh pelanggan yang membutuhkannya. Perusahaan juga perlu mengembangkan promosi (komunikasi) pemasaran terutama kepada para konsumen, dengan tujuan yang ingin dicapai guna untuk mendapatkan laba yang semaksimal mungkin, adanya persaingan inilah maka perusahaan harus dapat mempertahankan



pangsa pasar perusahaan, meningkatkan jumlah pelanggan. Dapat dijelaskan bahwa dengan meningkatkan jumlah konsumen lebih mengacu pada wujud perilaku konsumen dari unit-unit pengambilan keputusan secara terus menerus terhadap barang/jasa suatu perusahaan yang dipilih, untuk membangun hubungan yang kuat dan erat dengan konsumen adalah mimpi semua perusahaan.

Upaya-upaya yang dilakukan untuk merangsang permintaan konsumen, dengan memperhatikan kegiatan pemasaran maka diharapkan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen melibatkan keyakinan pelanggan pada suatu produk/jasa sehingga timbul rasa percaya diri atas kebenaran tindakan yang di ambil. Rasa percaya diri pelanggan atas keputusan pembelian yang diambilnya mem-presentasikan sejauh mana pelanggan memiliki keyakinan diri atas keputusan memilih produk/jasa.

Kebutuhan akan alat transportasi saat ini telah menjadi kebutuhan primer. Dibanding dengan alat transportasi umum, sebagian besar orang lebih memilih untuk menggunakan alat transportasi pribadi terutama sepeda motor guna menunjang aktivitas sehari-hari. PT. Mitra Pinasthika Mustika adalah salah satu produsen terbesar sepeda motor di Indonesia. Perusahaan di Indonesia sebagai suatu usaha perakitan saja dan semua komponen didatangkan dari Jepang namun kini beberapa produk dibuat di Indonesia tetapi untuk sebuah motor *sport* dibuat di Thailand. Perusahaan Honda memiliki varian jenis produk. Citra Honda sudah dikenal secara baik oleh masyarakat Indonesia.

PT Mitra Pinasthika Mustika adalah salah satu perusahaan yang mempunyai beberapa cabang tersebar di seluruh Indonesia. Namun, kali ini penulis akan menjelaskan PT Mitra Pinasthika Mustika di cabang Batam. PT Mitra Pinasthika Mustika cabang Batam beralamatkan di Pertokoan Tunas Regency Blok H No 5-7 Kelurahan Sungai Binti, Kecamatan Sagulung. PT Mitra Pinasthika Mustika cabang Batam adalah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan dan jasa pelayanan. Penjualan disini dimaksudkan penjualan sepeda motor *Merk* Honda yang dipasarkan dimana-mana, sedangkan jasa pelayanan disini dimaksudkan jasa pelayanan perbaikan dan pemeliharaan serta perawatan sepeda motor Honda tersebut.

Alur transaksi dari *system* penjualan sepeda motor Honda adalah konsumen dan marketing bertemu sehingga marketing bisa menawarkan Produk sepeda motor Honda, lalu konsumen diberikan dua pilihan cara pembelian, yaitu pembelian secara kredit atau cash. Jika konsumen ingin membeli motor secara Cash, maka penjualannya adalah tunai, konsumen hanya perlu membayar sesuai dengan harga motor tersebut kepada dealer. Jika konsumen ingin membeli motor secara kredit, maka marketing akan mengarahkan konsumen kepada leasing untuk melakukan proses akad dan konfirmasi kepada leasing soal uang muka, tenor dan angsuran tiap bulannya. Proses selanjutnya adalah leasing melakukan proses *survey* kepada calon konsumen untuk mengetahui apakah calon konsumen tersebut layak diberikan beban kredit atau tidak. Selanjutnya, jika sudah melewati proses *survey*, leasing akan menemukan hasil yaitu *approve* atau

*reject*. Jika hasilnya *approve*, selanjutnya dealer akan melakukan pengiriman unit jika unit sudah *ready*.

Unit sepeda motor pada PT Mitra Pinasthika Mustika cabang Batam diperoleh dari main dealer atau cabang pusat Honda yang bisa juga disebut gudang yang terletak di Puri Industrial Baram Centre. Unit yang diberikan setiap harinya tergantung dengan stock unit yang ada di gudang. Pada system penjualan di PT Mitra Pinasthika cabang Batam ada terdapat istilah indent, yaitu pemesanan unit sesuai dengan pemesanan konsumen kepada dealer. Jika unit sudah diberikan oleh main dealer, maka pembagian unit sesuai dengan pemesanan dari konsumen yang terlama hingga konsumen yang baru melakukan indent.

**Tabel 1.1** Tabel Data Penjualan

<b>TAHUN</b>	<b>DATA PENJUALAN</b>
2017	2522 unit
2018	3374 unit
2019	5811 unit
2020	4413 unit
2021	5316 unit

**Sumber : Laporan Tahunan PT Mitra Pinasthika Mustika**

Tabel diatas merupakan data total penjualan unit sepeda motor pada PT Mitra Pinasthika Mustika dalam 5 tahun terakhir yakni rentang tahun 2017-2021. Data tersebut menunjukkan bahwa penjualan unit sepeda motor mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2017, PT Mitra Pinasthika Mustika menjual sebanyak 2522 unit. Kemudian pada tahun 2018, penjualan naik sebanyak 3.374 unit dimana selisih kenaikan adalah 852 unit atau naik sekitar 33%. Pada tahun selanjutnya di tahun 2019, penjualan di PT Mitra Pinasthika Mustika semakin naik dan mencapai 5.811 unit atau naik sekitar 72% dari tahun sebelumnya. Lalu pada tahun 2020, penjualan mengalami penurunan dari tahun sebelumnya yaitu berkurang sebanyak 1.398 unit atau turun sekitar 24% dengan total penjualannya adalah 4.413. Penurunan penjualan tersebut disebabkan oleh fenomena Covid-19 yang terjadi sehingga membuat proses pengiriman unit dari pusatnya mengalami hambatan. Kemudian pada tahun 2021, penjualan kembali membaik dan naik menjadi 5.316 unit. Dimana penjualan bertambah 903 unit menjadi 5.316 unit dan mengalami kenaikan sekitar 20%.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Melalui penjelasan pada permasalahan diatas, dengan ini peneliti merincikan identifikasi masalah, seperti berikut ini :

1. PT Mitra Pinasthika Mustika tidak menggunakan analisis pengendalian internal yang baik.
2. Sistem penjualan pada PT Mitra Pinasthika Mustika tidak sesuai dengan Standar Operasional perusahaan yang seharusnya.

### **1.3 Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini, penulis hanya akan fokus melakukan penelitian terhadap Analisis Pengendalian Internal terhadap sistem penjualan motor di PT Mitra Pinasthika Mustika cabang Batam.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana penerapan sistem penjualan motor di PT Mitra Pinasthika Mustika cabang Batam?
2. Bagaimana penerapan sistem pengendalian internal di PT Mitra Pinasthika Mustika cabang Batam?
3. Bagaimana efektivitas praktik sistem pengendalian internal pada sistem penjualan motor di PT Mitra Pinasthika Mustika cabang Batam?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui penerapan system penjualan motor di PT Mitra Pinasthika Mustika cabang Batam
2. Untuk mengetahui penerapan sistem pengendalian internal di PT Mitra Pinasthika Mustika cabang Batam

3. Untuk mengetahui efektivitas praktik sistem pengendalian internal pada sistem penjualan motor di PT Mitra Pinasthika Mustika cabang Batam

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak lain yang membutuhkan, baik secara teori maupun praktek.

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Penulis berharap melalui penelitian ini dapat meluaskan pandangan serta pandangan untuk penelitian selanjutnya. Bagi peneliti diharapkan bisa membantu menambahkan wawasan dan referensi teoritis dan praktis khususnya dalam hal alat transportasi.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah :

#### **1. Bagi Penulis**

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis untuk merealisasikan antara teori dan praktek yang didapat pada saat perkuliahan maupun di dunia kerja khususnya mengenai pengendalian internal.

#### **2. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan saran yang baik dan dapat diterima perusahaan untuk memperbaiki pengendalian internalnya dengan baik. Kinerja dan citra perusahaan mampu ditingkatkan oleh sebab itu dapat mengevaluasi hal-hal yang berkaitan dengan perusahaan.

### **3. Bagi Universitas**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan referensi tentang pengendalian internal untuk mahasiswa jurusan akuntansi yang akan melakukan penelitian seperti ini.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Teori Dasar Penelitian**

##### **2.1.1 Sistem Penjualan**

PT Mitra Pinasthika Mustika merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa penjualan kendaraan sehingga memiliki berbagai macam departemen yang dibagi untuk melancarkan aktivitas operasional perusahaan. PT Mitra Pinasthika Mustika memiliki 7 bagian divisi, yaitu Kepala Cabang, Head Office dan admin, Kasir, Team leader dan marketing penjualan, Counter, PDI, Ahass/bengkel, dan supir. Masing2 divisi mempunyai tugas dan tanggung jawab masing-masing.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa penjualan sepeda motor, tentunya memerlukan pengendalian internal yang harus memadai atas penjualan. Pengendalian internal yang baik akan menjamin keamanan kekayaan para investor dan kreditur yang ditanamkan dalam perusahaan dan akan menghasilkan laporan keuangan yang dapat dipercaya. Dengan memenuhi beberapa syarat pengendalian internal yang baik, yaitu : pemisahan tanggung jawab fungsional secara tegas terhadap organisasi, system wewenang dan prosedur yang baik, praktik yang sehat dalam melaksanakan tugas dan fungsi setiap divisi serta karyawan yang mutunya sesuai dengan tanggung jawabnya.

Namun permasalahan yang terjadi di PT Mitra Pinasthika Mustika adalah belum menerapkan sistem pengendalian internal dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari



struktur organisasi yang belum ada pembagian tugas secara resmi antara fungsi administrasi dan fungsi akuntansi. Oleh karena itu penting, penting untuk perusahaan mempelajari sistem penjualan, karna penjualan merupakan sumber penghasilan bagi perusahaan. Penjualan yang sukses adalah penjualan yang dapat menguasai pangsa pasar. Dengan peningkatan penjualan maka keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan akan meningkat serta perusahaan tetap dapat melanjutkan kelangsungan hidupnya.

Sistem penjualan yang terdapat di PT Mitra Pinasthika Mustika umumnya terdapat dua macam, yaitu cash dan kredit. Penjualan cash adalah penjualan yang proses pembayarannya berhubungan langsung dengan dealer, sedangkan penjualan kredit merupakan penjualan yang prosesnya berhubungan dengan leasing yang bekerja sama dengan perusahaan. Proses awal penjualan kredit berawal dari proses dengan leasing sampai dengan akhir tenor, konsumen berhubungan dengan leasing. Leasing-leasing yang bekerja sama dengan PT Mitra Pinasthika Mustika ada beberapa macam, yaitu FIF, MCF, MUF, ADIRA, dan SOF.

### **2.1.2 Pengendalian Internal**

Menurut COSO dalam Fabiana Meijon Fadul (2019), pengendalian internal adalah sebuah kegiatan operasional perusahaan yang memproses aktivitas kegiatan manajemen perusahaan yaitu kegiatan pemantauan, perencanaan, serta pelaksanaannya.

Sedangkan menurut Argo (2018), pengendalian internal dan manajemen control bisa disamakan, yaitu merupakan suatu cara dan metode untuk seorang pemimpin perusahaan untuk mengendalikan dan mengawasi perusahaan

### **2.1.3 Tujuan Pengendalian Internal**

Menurut COSO dalam Arens (2017), tujuan pengendalian internal adalah sebagai berikut :

1. Laporan keuangan yang disajikan dengan kredibilitas

Perusahaan wajib menyajikan laporan keuangan dengan perincian yang baik dan dapat dipertanggungjawabkan dan dapat diandalkan untuk para pengguna laporan keuangan tersebut, sehingga laporan keuangan tersebut bisa memberikan gambaran keadaan perusahaan dan kredibilitasnya.

2. Efisiensi dan efektifitas operasional perusahaan.

Dengan meminimalkan dan mengefisiensikan sumber daya perusahaan, maka kegiatan dan operasional perusahaan akan dapat berjalan dengan baik. Laba perusahaan tentunya akan meningkat akan hal ini.

3. Ketaatan terhadap peraturan dan undang-undang yang berlaku

Undang-undang yang berhubungan dengan Akuntansi dan pajak penghasilan baik secara langsung maupun tidak langsung wajib ditaati oleh perusahaan agar perusahaan dilindungi oleh UU perlindungan hak sipil.

#### 4. Penilaian risiko

Analisis resiko yang berkaitan dengan proses pembuatan laporan keuangan dengan prinsip yang berlaku secara umum adalah pengertian dari penilaian risiko. Keadaan internal maupun keadaan eksternal perusahaan merupakan suatu risiko yang meliputi laporan keuangan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk melaporkan laporan keuangannya. Hal itu dapat terjadi karena keadaan yang berubah-ubah seperti adanya sistem informasi yang baru, teknologi yang baru yang lebih canggih, serta perubahan lingkungan dan perusahaan dan karyawan baru.

#### 5. Informasi dan komunikasi

Suatu proses penukaran informasi dan komunikasi tertentu yang memungkinkan orang yang menerimanya dapat melakukan suatu tanggung jawab merupakan pengertian dari informasi dan komunikasi. Manajemen perusahaan sangat memerlukan informasi dan komunikasi yang sesuai tujuannya adalah untuk laporan keuangan. Informasi dan komunikasi adalah suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, karena tanpa informasi komunikasi tidak akan berfungsi sehingga mempengaruhi kinerja manajemen.

#### 6. Pemantauan

Sebuah proses untuk menilai kualitas dari kinerja pengendalian internal perusahaan merupakan definisi dari pemantauan. Untuk menemukan kelemahan dan kekurangan yang ada di dalam perusahaan sehingga kelemahan tersebut dapat diperbaiki dan dievaluasi merupakan tugas dari pemantauan

pengendalian internal sehingga dapat mengevaluasi efektivitas kinerja dari perusahaan.

#### **2.1.4 Unsur-unsur Pengendalian Internal**

Menurut COSO dalam Arens (2017), unsur-unsur pengendalian internal adalah sebagai berikut :

1. Lingkungan pengendalian

Sikap manajemen perusahaan terhadap kegiatan operasional perusahaan merupakan suatu komponen penting dalam lingkungan pengendalian internal yang memiliki control khusus terhadap perusahaan. Kebijakan dan filosofi manajemen merupakan unsur-unsur yang meliputi kompetensi, integritas, etika, dan kepentingan terhadap kesejahteraan perusahaan.

2. Aktivitas pengendalian

Kebijakan yang dirancang untuk membangun keyakinan bahwa kebijakan yang dibuat oleh manajemen untuk dilaksanakan oleh seluruh pihak-pihak yang ada di perusahaan merupakan definisi dari aktivitas pengendalian. Konsep internal control yang meliputi, tanggung jawab dan kewenangan, persetujuan, pemisahan tugas, dokumentasi, rekonsiliasi, audit internal dan karyawan yang jujur dan kompeten adalah hal yang sangat berkaitan dengan aktivitas pengendalian tersebut.

### 3. Penilaian risiko

Analisis resiko yang berkaitan dengan proses pembuatan laporan keuangan dengan prinsip yang berlaku secara umum adalah pengertian dari penilaian risiko. Keadaan internal maupun keadaan eksternal perusahaan merupakan suatu risiko yang meliputi laporan keuangan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk melaporkan laporan keuangannya. Hal itu dapat terjadi karena keadaan yang berubah-ubah seperti adanya sistem informasi yang baru, teknologi yang baru yang lebih canggih, serta perubahan lingkungan dan perusahaan dan karyawan baru.

### 4. Informasi dan komunikasi

Suatu proses penukaran informasi dan komunikasi tertentu yang memungkinkan orang yang menerimanya dapat melakukan suatu tanggung jawab merupakan pengertian dari informasi dan komunikasi. Manajemen perusahaan sangat memerlukan informasi dan komunikasi yang sesuai tujuannya adalah untuk laporan keuangan. Informasi dan komunikasi adalah suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, karena tanpa informasi komunikasi tidak akan berfungsi sehingga mempengaruhi kinerja manajemen.

### 5. Pemantauan

Sebuah proses untuk menilai kualitas dari kinerja pengendalian internal perusahaan merupakan definisi dari pemantauan. Untuk menemukan kelemahan dan kekurangan yang ada di dalam perusahaan sehingga kelemahan tersebut dapat diperbaiki dan dievaluasi merupakan tugas dari pemantauan

pengendalian internal sehingga dapat mengevaluasi efektivitas kinerja dari perusahaan.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penulis mengambil penelitian terdahulu sebagai acuan referensi untuk meningkatkan teori dalam skripsi ini. Adapun penelitian terdahulu yang sudah diteliti sebelumnya adalah sebagai berikut :

**Tabel 2.1** Penelitian Terdahulu

No.	Penulis	Judul	Hasil
1	(Bahari, 2017)	Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Dalam Menunjang Efektivitas Pengendalian Internal Pada Cv. Surya Kuantan Singingi	bahwa secara keseluruhan sistem akuntansi penjualan dan penerimaan kas PT Sumber Purnama Sakti Motor Lamongan telah berjalan dengan baik dan sudah cukup menunjang pengendalian intern dikarenakan unsur unsur pengendalian intern sebagian besar telah terpenuhi.

2	(Resti Misra Aini, 2019)	Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Dalam Menunjang Efektivitas Pengendalian Internal Pada Cv. Surya Kuantan Singingi	bahwa prosedur sistem informasi akuntansi penjualan pada CV. Surya Kuansing belum sesuai dengan teori Mulyadi (2016). Karena masih ada beberapa catatan yang belum digunakan
3	(Albertina et al., 2021)	Analisis Sistem Pengendalian Intern Atas Penjualan Kredit Sepeda Motor Yamaha Pada Pt . Hasjrat Abadi Cabang Manado	bahwa sistem pengendalian intern pada perusahaan yang sudah berjalan dengan baik, dilihat dari struktur organisasi penjualan kredit pada perusahaan yang memisahkan setiap fungsi di dalamnya, standar operasional perusahaan penjualan kredit yang dijalankan tidak merugikan perusahaan.

4	(Kilis et al., 2021)	Evaluasi Pengendalian Intern Terhadap Penjualan Kredit pada PT.Amarta Multidynamika Manado	bahwa pengendalian intern terhadap penjualan kredit di perusahaan belum sepenuhnya berjalan dengan baik dikarenakan tidak sesuai dengan komponen pengendalian intern yang digunakan.
5	(Syaifudin, 2019)	Evaluasi Sistem Pengendalian Internal pada Prosedur Penjualan Motor di Dealer Yamaha Sis Motor Rengat Blitar ditinjau dari Perspektif Islam	Bahwa penerapan sistem pengendalian internal di Dealer Yamaha Sis Motor telah memenuhi lima komponen utama sistem pengendalian internal, yaitu: Lingkungan pengendalian, Aktivitas pengendalian, Penilaian risiko, Komunikasi dan informasi, Pemantauan



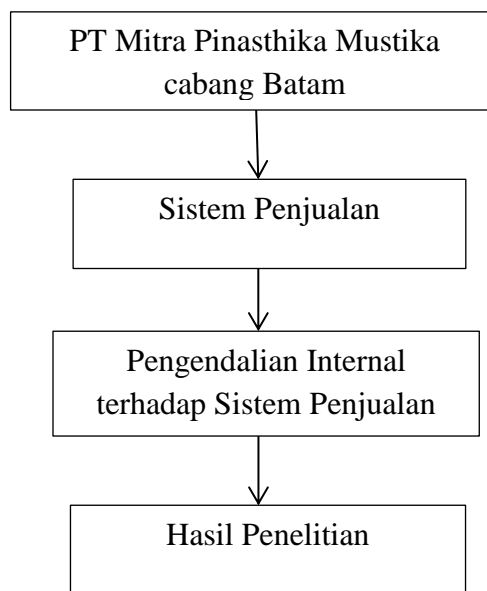
6	(Putra, 2021)	<p>Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Terhadap Efektivitas Pengendalian Internal Penjualan Pada CV. Surya Kuansing Teluk Kuantan</p>	<p>Bahwa Sistem Informasi Akuntansi Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Efektivitas Pengendalian Internal Penjualan di CV. Surya Kuansing dengan pengaruh sebesar 0,404 atau 40,4%.</p>
7	(Sumawidjaja, 2017)	<p>Strategi PT. Astra Honda Motor Dalam Mempertahankan Keunggulan Kompetitif Secara Berkelanjutan.</p>	<p>Berdasarkan penjualan Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), diketahui bahwa merek Honda mencapai pangsa pasar dan pertumbuhan penjualan tertinggi selama sepuluh tahun terakhir. Strategi yang dilakukan oleh PT. Astra Honda Motor (AHM) sebagai Agen Pemegang Merek Tunggal (ATPM) menerapkan strategi Competitive Advantage Berkelanjutan (SCA)</p>

8	(Rahmawati, 2018)	Analisis sistem pengendalian internal penjualan tunai dan penjualan kredit pada PT. Panahmas Ekatama Distrindo Kepanjen	Analisis penjualan kredit berdasarkan literature yang peneliti pelajari pada PT Panahmas sudah baik, namun ada beberapa kekurangan yaitu adanya perangkapan tugas pada manajer operasional yang merangkap sebagai pemberi keputusan persetujuan kredit dan tidak adanya pengiriman pernyataan piutang bulanan kepada debitur.
9	(Budiman et al., 2020)	Analisis Sistem Pengendalian Internal Atas Penjualan Kredit Pada Pt. Rajawali Nusindo Cabang Manado	Hasil dari PT. Cabang Rajawali Nusindo Manado menunjukkan bahwa sistem pengendalian internal untuk penjualan kredit tidak terlindungi dengan baik karena adanya ketidaksesuaian dengan beberapa komponen pengendalian internal.

10	(Wijayanti et al., 2017)	Evaluasi Sistem Pengendalian Intern Penjualan Kredit Pada Al-Ikhlas Stationery Surakarta	. Evaluasi sistem dan prosedur persetujuan kredit, terdiri dari fungsi entry data dan fungsi persetujuan kredit (adm piutang). Dalam persetujuan kredit dilakukan secara lisan (tidak terdapat dokumen pendukung/dokumen kesepakatan pembayaran ) dan tidak adanya ketentuan/plafon secara tertulis dari perusahaan dalam proses persetujuan kredit.
----	--------------------------	--	--

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Dalam melakukan penjualan diperlukan pengendalian internal yang baik. Dalam penelitian ini, pengendalian penjualan dapat dilakukan dengan melakukan pengendalian internal yang baik sesuai teori yang sesuai dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan oleh pihak perusahaan. Seperti pengendalian lingkungan, pengawasan, informasi dan komunikasi, penilaian resiko, dan juga aktivitas pengendalian.



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

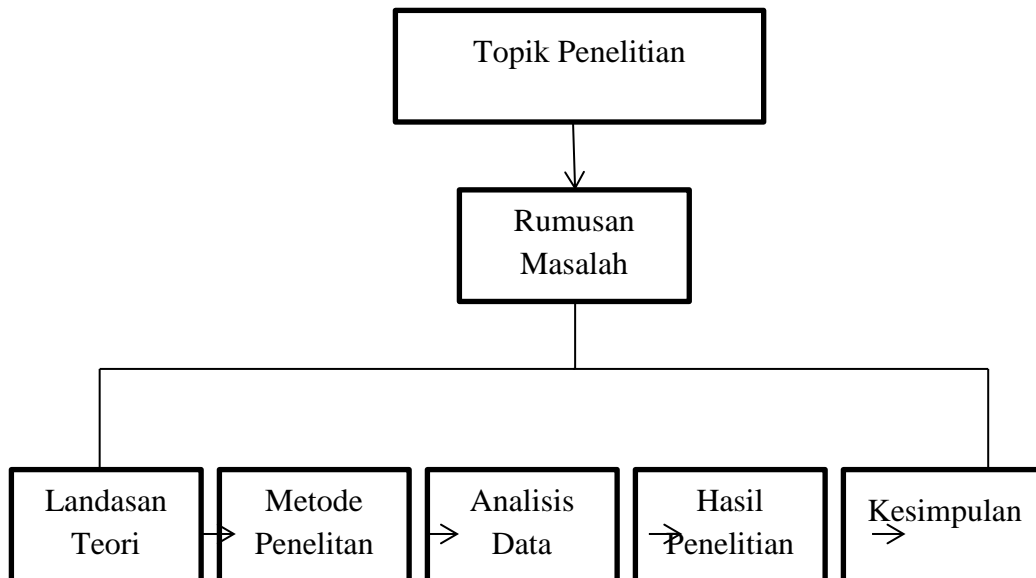
## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Proses untuk menemukan dan mencari kebenaran dari suatu masalah untuk dikembangkan dengan mengorbankan pikiran, waktu, materi dan tenaga merupakan pengertian dari penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengambil data dari PT Mitra Pinasthika Mustika cabang Batam dengan tujuan untuk mengetahui fakta tentang teori fakta yang telah dijelaskan sebelumnya. Masalah yang akan diteliti adalah pengendalian internal terhadap sistem penjualan motor pada PT Mitra Pinasthika Mustika cabang Batam, dengan variable pengendalian internal, dan sistem penjualan motor. Metode analisis adalah metode yang digunakan di di dalam penelitian ini. Masalah yang akan di analisis oleh penulis adalah masalah yang terjadi di lapangan dan kemudian penulis mengumpulkan data yang ada selanjutnya data tersebut diambil hasil dan kesimpulannya. Data yang dikumpulak berupa data penjualan, data yang berupa catatan lapangan, dokumen perusahaan dan dokumen pendukung lainnya.

Sebuah rencana kerja yang terstruktur dalam hubungan variable yang sedemikian rupa sehingga hasil penelitiannya dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan atas penelitian tersebut merupakan pengertian dari desain penelitian Tampubolon & Prima (2020) .Adapun desain penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



**Gambar 3.1 Desain Penelitian**

### 3.2 Objek Penelitian

Menurut Riskandayani (2020), objek penelitian merupakan sesuatu yang berupa nilai seseorang, objek atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu dan digunakan oleh peneliti untuk dikaji dan ditarik kesimpulannya. Objek penelitian yang digunakan untuk pengambilan data adalah PT Mitra Pinasthika Mustika cabang Batam.

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

#### 3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini yaitu penelitian yang bersifat deskriptif dan penelitian ini menggunakan metode analisis. Menurut Azhari (2017), analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau

mendeskripsikan data yang telah terangkum tanpa adanya maksud untuk menarik kesimpulan.

### **3.3.2 Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung tanpa adanya perantara. Data primer yang penulis dapatkan adalah melalui proses wawancara dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian ini terhadap karyawan-karyawan di PT Mitra Pinasthika Mustika.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dan diperoleh dengan perantara, data tersebut diperoleh dari pihak lain. Penulis memperoleh data sekunder ini dengan cara memohon izin kepada pihak kepala cabang PT Mitra Pinasthika Mustika.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data adalah proses penting di dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data untuk diteliti sehingga diperoleh kesimpulan. Tanpa adanya metode pengumpulan data, peneliti tidak mendapatkan data yang dibutuhkan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

### 1. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan dengan cara menganalisis teori-teori yang berhubungan langsung dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian guna mendapatkan wawasan dan landasan teori.

### 2. Studi lapangan

Studi lapangan dilakukan dengan cara :

- 1) Observasi, yaitu melakukan pengamatan secara langsung untuk mendapatkan data yang sesuai.
- 2) Dokumentasi, yaitu mengumpulkan data-data yang diperoleh dari dokumen intern perusahaan yang berhubungan dengan penelitian.  
(Sandewi, 2017).

## **3.5 Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan yaitu menggunakan metode kualitatif analisis deskriptif. Penelitian jenis ini digunakan untuk mendeskripsikan hasil penelitiannya. Tujuan dari analisis ini adalah membuat hasil penelitian ini menjadi mudah dipahami.