



**PENERAPAN AUDIT INTERNAL PADA SISTEM PENGENDALAIAN INTERNAL
PERUSAHAAN DALAM MENINGKATKAN EFEKTIFITAS KINERJA PEJUALAN
PERUSAHAAN PADA PERIODE TAHUN 2021- 2023**

Achmad Fauji¹, Ghonimah Z.A², Setijadi³
Email: oojje1@gmail.com¹

STIE Tamansiswa Banjarnegara

ABSTRACT

The research activity focuses on the problem of whether the internal control system has an effect on sales effectiveness with internal audit as an intervening variable. The analysis tool used is multiple regression, using a Likert scale and questionnaire. The sample method with random sampling. Data analysis uses a research methodology with a classical assumption test, t test, f test, and determination test. Primary data was obtained from several employees totaling 55 people in the company. Several research results were obtained, including that the internal control system and internal audit both have an effect on sales effectiveness. The internal control system has an indirect effect through internal audit as an intervening variable. The level of measurement that the direct influence is greater than the indirect influence, which indicates that the internal control system has a more significant direct influence on sales effectiveness.

Keywords: *Internal Control System, Internal Audit, Sales Effectivene*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perusahaan manufaktur dalam awalnya memula usaha di sector ini dengan tujuan utama menyediakan produk atau layanan berkualitas tinggi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat serta mengelola sumber daya alam. Berjalannya waktu, dalam melayani masyarakat, perusahaan manufaktur berfungsi menghasilkan laba perusahaan.. Sayangnya, banyak perusahaan mengalami kerugian karena berbagai alasan, salah satunya adalah manajemen yang kurang profesional. Kondisi ini memicu terjadinya privatisasi perusahaan, yang bertujuan untuk meningkatkan produktivitas, profitabilitas, efisiensi, dan mengurangi beban perusahaan.

Meningkatkan laba memerlukan proses panjang di tengah persaingan yang semakin ketat. Selain persaingan, ketidakpastian ekonomi Indonesia yang dipengaruhi oleh perubahan ekonomi global juga menghambat pencapaian tujuan perusahaan. Perekonomian dunai mengalami krisis global di Amerika tahun 2008, yang menyebabkan kebangkrutan Lehman Brothers dan Merrill Lynch, menunjukkan ketidakstabilan ekonomi global. Setelah perekonomian dunia mulai pulih, muncul kasus gagal bayar obligasi Dubai World, menandakan potensi krisis global kedua. Situasi ini menegaskan ketidakpastian dalam dunia bisnis dan seharusnya menjadi peringatan dini bagi perusahaan untuk berhati-hati dalam menjalankan aktivitas bisnis.

Setiap perusahaan yang mempunyai target pada profit suatu perusahaan dengan maksud untuk memperoleh laba yang tinggi dalam mengelola operasional. Hal ini perusahaan tidak bisa menghindari banyak tantangan antara lain komponen output, sumber daya, berbagai sarana dan prasarana yang ada diperusahan, perlu adanya efektif dan efisien pengelolaan output perusahaan. Hal yang konkrit perusahaan dalam mencapai penjualan maksimal sering terdapat praktik kecurangan yang menghambat pertumbuhan perusahaan. Komponen audit internal berupa buku besar dan laporan keuangan merupakan sumber utama informasi keuangan. Dalam kegiatan pengelolaan keuangan tidak terlepas dari kecurangan dan penyalahgunaan dana dan perlunya pengawasan keuangan agar lebih transparan dan akuntabel. Permasalahan tingkat kecurangan dan penyalahgunaan dana dari pihak internal perusahaan yang dilakukan bagian keuangan dan manajemen. Perusahaan dari berbagai ukuran, perusahaan negara, perusahaan daerah, dan perusahaan swasta, tidak terlepas dari beberapa kecurangan dalam pengelolaan perusahaan. Praktik kecurangan karena pihak direktur terlalu percaya dan optimis dalam pengelolaan keuangan sehingga kepercayaan disalah gunakan untuk kepentingan pribadi sebagai praktik penyimpangan keuangan. sehingga pemisahan tugas kurang optimal, pengendalian akuntansi lemah, dan kepercayaan pemilik kepada karyawan tinggi. Pelaku kecurangan seringa memiliki jabatan dan posisi strategis yang melakukan kegiatan dalam perusahaan yang bonafit dan tingkat sehat dalam pengelolaan keuangan, perlu adanya audit internal agar lebih terpantau dan keuangan lebih transparan dan akuntabel. Aktivitas dari semua fungsi di dalam perusahaan memiliki dampak signifikan terhadap

kesuksesan perusahaan, termasuk fungsi penjualan. Fungsi penjualan memiliki peran penting karena berdampak bagi pembiayaan pendanaan operasional di berbagai divisi perusahaan.

Siagian (2005:209) menyatakan pendapat bahwa fungsi penjualan adalah fungsi[penjualan perusahaan beberapa aspek kegiatan penjualan harus dilaksanakan secara optimal, maka pandangan bahwa audit terhadap fungsi penjualan adalah tepat dan wajar juga harus diterima. Intinya, pelaksanaan audit dengan fokus pada fungsi penjualan bertujuan untuk mencari dan menemukan fakta serta memperoleh sumber data dari kegiatan penjualan. Informasi keuangan untuk mengetahui tingkat penjualan dan tingkat pengeluaran perusahaan sehingga terkontrol arus kas perusahaan sehingga sebagai tolak ukur fungsi penjualan

Kecurangan dalam fungsi penjualan dapat menghambat pencapaian tujuan perusahaan secara efektif dan menyebabkan kerugian besar. Salah satu masalah dalam sistem penjualan adalah keterlambatan pengiriman barang, yang disebabkan oleh kesalahan dalam pengarsipan dokumen penting, miskomunikasi dengan bagian gudang, dan kesalahan dalam input data penjualan berupa barang pesanan, pengiriman barang, stokis barang, dan penagihan purna jual. Audit internal sangat diperlukan untuk memeriksa fungsi penjualan. Jika audit internal berjalan dengan baik, ini akan meningkatkan efektivitas sistem penjualan perusahaan dan mengurangi kesalahan dalam sistem penjualan.

Penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti antara lain: Agi dan Haryono (2018), Herawaty dan Sari (2018) menyatakan bahwa sistem pengendalian internal dan audit internal berpengaruh pada kinerja penjualan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini

antata lain:

- a. Bagaimana sistem penjualan yang berjalan sudah memadai terutama dalam sistem pengendalian internalnya?
- b. Bagaimana pelaksanaan audit internal terhadap sistem penjualan?
- c. Bagaimana audit internal berperan dalam mempengaruhi mencapai efektivitas terhadap sistem penjualan yang dijalankan dengan pengendalian internal?

TINJAUAN PUSTAKA

Pengendalian Internal

Sistem informasi akuntansi adalah sebuah rangkain proses transaksi keuangan dan non-keuangan yang berdampak langsung efektifitas penjualan (Hall, 2011). Aset dan ekuitas perusahaan yang terukur dan sehat merupakan tujuan dari audit internal dan pengendalian secara internal dengan ukuran keuangan asset terpenuhi.

Susanto (2013) merupakan bahwa sistem informasi akuntansi terdiri dari beberapa bagian komponen sistem dalam pengelolaan keuangan secara fisik atau non-fisik, yang saling berkaitan dan mendukung dalam mengolah data transaksi keuangan sebagai bagian informasi keuangan transparan dan akuntabel

Sistem Informasi Akuntansi dan Siklus Penjualan melibatkan kebijakan dan prosedur penjualan. Menurut Basu Swastha dalam "Manajemen Pemasaran Modern" (2005:58), Kebijakan merupakan hasil pengambilan keputusan yang dilakukan pihak manajemen dengan menerapkan prosedur dan metode yang tepat sehingga komponen penjualan, operasional dan pendekatan awal dapat berjalan.

Menurut William F. Messier, Jr (2010; 187), pengendalian internal adalah proses mencapai tujuan perusahaan yang dilakukan oleh dewan direksi, manajemen dan personal yang

ditugaskan.

Mulyadi (2006:180) mendefinisikan struktur pengendalian internal sebagai berikut: "Pengendalian internal adalah kegiatan yang dilakukan dengan melalui mekanisme tertentu oleh dewan komisaris, manajemen, dan personel lainnya dalam mencapai tujuan perusahaan.dalam kategori: (1) keandalan pelaporan keuangan, (2) kepatuhan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku, (3) efektivitas dan efisiensi operasional."

Tujuan sistem pengendalian internal adalah pengelolaan keuangan yang tranparan dan akuntabel sehingga tujuan perusahaan Pengendalian internal harus memastikan bahwa beberapa aspek berikut terpenuhi untuk menghindari kesalahan dalam jurnal dan pencatatan antara lain: Eksistensi, Kelengkapan, Akurasi, Klasifikasi, Ketepatan Waktu, Posting dan Ikhtisar.

Audit Internal

Menurut Pusat Pengembangan Akuntansi Sekolah Tinggi Akuntansi Negara (2005;1), audit internal didefinisikan sebagai: "Penilaian sistematis dan objektif terhadap operasi serta kontrol di dalam organisasi untuk memastikan bahwa: (1) informasi keuangan dan operasional adalah akurat dan dapat diandalkan, (2) risiko yang dihadapi perusahaan telah diidentifikasi dan dikurangi, (3) kepatuhan terhadap peraturan eksternal serta kebijakan dan prosedur internal telah dipatuhi, (4) standar operasional yang memadai telah tercapai, (5) sumber daya digunakan secara efisien dan ekonomis, dan (6) tujuan organisasi tercapai secara efektif".

Audit internal biasanya diterapkan di perusahaan besar dengan berbagai departemen, bagian, atau unit organisasi. Dalam perusahaan yang memiliki beberapa departemen, pimpinan dapat mendelegasikan wewenangnya kepada

kepala unit-unit tertentu. Dalam peningkatan pengelolaan secara efektif dan efisien dengan merujuk manfaat dan biaya. Serta manajemen yang kurang optimal dalam mengatur aktifitas perusahaan perlu adanya alat pengendalian dan evaluasi berkala dan terencana dalam bidang operasional, keuangan sehingga memudahkan dalam membuat kebijakan organisasi atau perusahaan.

Menurut Hiro Tugiman (2006:12-13), audit internal adalah fungsi yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja. Audit dapat dilakukan pada berbagai level organisasi, termasuk divisi, departemen, seksi, unit bisnis, proyek bisnis. Apabila perbaikan secara menyeluruh dari berbagai bidang dengan audit yang efektif sehingga tingkat kinerja perusahaan tercapai.

Penjualan

Penjualan merupakan langkah lanjut dari pemasaran dan memainkan peran krusial dalam kelangsungan sebuah perusahaan. Aktivitas penjualan melibatkan interaksi antara perusahaan dan pihak lain, di mana terjadi transaksi berupa pengalihan barang untuk memperoleh kas yang setara dengan nilai barang tersebut. Philip Kotler dalam bukunya *Marketing Management* (2009:448) mendefinisikan penjualan sebagai: "Transaksi bisnis yang melibatkan pengiriman barang, item dagangan, hak milik, atau layanan, sebagai imbalan atas penerimaan uang tunai, janji untuk membayar, atau bentuk lain dari nilai uang, atau kombinasi dari bentuk-bentuk tersebut."

Definisi ini menjelaskan bahwa penjualan adalah proses pertukaran di mana barang atau jasa diserahkan dengan imbalan uang tunai atau janji pembayaran. Eric L. Kohler (2007:448) memberikan definisi serupa: "Transaksi bisnis yang melibatkan pengiriman barang, item dagangan, hak milik, atau layanan, sebagai

imbalan atas penerimaan uang tunai, janji pembayaran, atau bentuk lain dari nilai uang."

Eric L. Kohler (2007:448) menyatakan bahwa Suatu transaksi bisnis yang meliputi komoditi, beberapa jenis barang dagangan, yang diperoleh dari pihak pemerintah dan swasta dalam hal pelayanan berupa pertukaran uang tunai, mengadakan perjanjian dalam kegiatan transaksi keuangan.

Menurut Stoner, Freeman, dan Gilbert dalam *Manajemen* (2005:9), efektivitas diartikan sebagai: "Kemampuan untuk menetapkan tujuan yang benar dan melaksanakannya dengan benar." Di sisi lain, Arens et al (2008:806) mendefinisikan efektivitas sebagai: "Tingkat pencapaian tujuan organisasi." Semakin besar kontribusi hasil terhadap pencapaian sasaran, semakin tinggi efektivitasnya. Untuk mengevaluasi efektivitas, pertanyaan seperti "Apakah kegiatan ini mencapai sasaran yang ditetapkan?" bisa digunakan. Dalam konteks perusahaan, peningkatan penjualan adalah tujuan utama, dan pelaksanaan dianggap efektif jika perusahaan berhasil mencapai target penjualan yang diinginkan.

Menurut Sukrisno Agoes (2013:50), efektivitas penjualan dapat diukur dengan beberapa indikator berikut:

1. **Pertumbuhan Penjualan**

Terjadi peningkatan yang konsisten dalam volume penjualan, serta adanya anggaran penjualan yang dapat segera diimplementasikan.

2. **Pencatatan dan Pengarsipan**

Transaksi penjualan harus dicatat pada tanggal yang sesuai dan diarsipkan dengan nomor urut.

3. **Proses Penjualan**

Semua tahap penjualan, dari penerimaan pesanan hingga penyerahan barang, harus dilakukan sesuai dengan pesanan pelanggan,

untuk memastikan operasional perusahaan berjalan lancar dan efisien.

4. Kepuasan Pelanggan

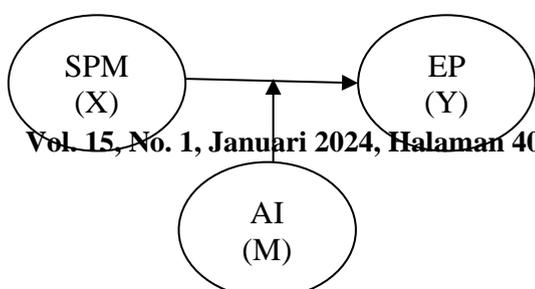
Audit laporan keuangan berhubungan dengan pengumpulan dan evaluasi bukti terkait laporan entitas.

Menurut Atonius Efendi (2005) adalah salah satu aspek dari pengendalian yang digunakan pihak internal perusahaan menilai dan mengevaluasi dalam pengambilan keputusan sesuai aktivitas yang telah dilaksanakan. Manajemen perlu memperhatikan berbagai elemen dalam perusahaan yang dapat mempengaruhi hasil profit suatu perusahaan., di antaranya adalah penjualan. Penjualan, sebagai kegiatan utama dalam perusahaan, memerlukan perhatian dan pengelolaan yang serius. Kegagalan dalam aktivitas penjualan dapat berdampak besar pada kelangsungan tujuan perusahaan.

Kerangka Pemikiran

Audit ini beroperasi secara independen, ia tetap merupakan bagian dari tim manajemen secara keseluruhan. Auditor harus menjaga objektivitas dengan terpisah dari fungsi operasional seperti penyusunan dan penerapan prosedur serta pencatatan kegiatan audit.

Audit internal yang efektif dapat menawarkan solusi terbaik bagi manajemen untuk memperbaiki dan memperkuat pengendalian internal perusahaan. Audit internal harus dilakukan secara independen dan berkelanjutan, berfungsi sebagai langkah preventif untuk mengurangi dan mencegah kerugian. Hal ini memungkinkan manajemen untuk segera mengambil tindakan yang diperlukan guna mempertahankan dan meningkatkan pengendalian internal dalam aspek penjualan.



Vol. 15, No. 1, Januari 2024, Halaman 40-48

SPM: Sistem pengendalian manajemen

AI: Audit Internal

EP: Efektivitas Penjualan

Hipotesis Penelitian:

H1: Sistem pengendalian internal berpengaruh terhadap efektivitas penjualan

H2: Audit internal berpengaruh terhadap efektivitas penjualan

H3: Sistem pengendalian internal berpengaruh tidak langsung terhadap efektivitas penjualan melalui audit internal.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan kondisi tempat penelitian berdasarkan fakta-fakta yang ada. Proses ini melibatkan pengumpulan, pengolahan, penyajian, dan analisis data yang diperoleh, serta membandingkannya dengan teori yang relevan. Hasil analisis ini kemudian digunakan untuk mengevaluasi penerapan teori dalam praktik dan menarik kesimpulan.

Tempat dan Waktu Penelitian

Objek penelitian yang dilakukan penelitian ini di PT. Aneka Kreasi Glasindo, sebuah perusahaan yang bergerak di sektor jasa subkontraktor dan berlokasi di Jakarta. Penulis memulai penelitian pada tanggal 14 April 2021.

Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data *mix method* yaitu kuantitatif dan kualitatif meliputi Laporan Penjualan dan Laporan Keuangan perusahaan dari tiga tahun terakhir. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup:

1. Data primer

Data primer adalah informasi yang dikumpulkan secara langsung dari sumber asli di lokasi penelitian melalui wawancara dengan pegawai perusahaan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data tidak langsung seperti kajian Pustaka, dokumen perusahaan, jurnal, literatur.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini antara lain:

1. Penelitian Lapangan (Field Research)

Penulis melakukan wawancara langsung dalam pengumpulan informasi dengan beberapa aktivitas, termasuk memahami kegiatan perusahaan dan mengumpulkan data terkait operasi penjualan.

Metode yang digunakan meliputi:

a. Wawancara

Teknik ini menggunakan wawancara dengan pihak-pihak yang relevan dengan topik penelitian. Untuk memperoleh data yang dibutuhkan, penulis melakukan wawancara dengan beberapa bagian di PT Aneka Kreasi Glasindo, yaitu bagian audit internal dan bagian penjualan.

b. Observasi

Penelitian ini melibatkan pengamatan langsung terhadap aktivitas berupa semua kegiatan perusahaan, khususnya yang berkaitan dengan aspek masalah yang diteliti. Hasil dari observasi ini digunakan untuk mengumpulkan data yang relevan.

Teknik Analisis Data

Teknik dalam memperoleh hasil menggunakan analisis sebagai berikut:

a. Tabulasi dan Analisis Data

Data terkait sistem penjualan dikumpulkan dan dianalisis dengan membandingkan kondisi nyata di perusahaan dengan teori-teori dasar sistem pengendalian internal.

b. Pelaporan Hasil Audit Internal

Hasil dari audit internal yang berkaitan dengan sistem penjualan disampaikan untuk memberikan informasi yang relevan.

c. Evaluasi Prosedur dan Sistem Penjualan

Penilaian dilakukan terhadap sistem dan prosedur penjualan, terutama dalam hal elemen-elemen sistem pengendalian internal yang diterapkan.

d. Perbandingan Data

Data mengenai kesesuaian elemen sistem pengendalian internal di perusahaan dibandingkan dengan pedoman teori yang ada.

e. Kesimpulan Analisis

Kesimpulan atau hasil analisis dari penelitian sistem penjualan perusahaan ditarik untuk menentukan apakah audit internal mempengaruhi efektivitas penjualan.

Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini antara lain: sistem pengendalian internal (X1) dan audit internal (M), serta satu variabel dependen: penjualan (Y).

Sistem Pengendalian Internal (X1) adalah proses yang diterapkan oleh dewan komisaris, manajemen, dan personel lainnya untuk menjamin pencapaian tujuan. Indikator yang digunakan untuk mengukur ketersediaan produk sebagai berikut:

Audit Internal (M) berfungsi untuk menilai dan mengevaluasi sistem pengendalian internal dalam aktivitas penjualan, dengan fokus pada

elemen-elemen pengendalian internal yang relevan.

Sementara itu, penjualan (Y) adalah transaksi bisnis yang melibatkan pengiriman barang, hak milik, atau layanan sebagai pertukaran untuk uang tunai, janji pembayaran, atau bentuk pembayaran lainnya, termasuk kombinasi dari unsur-unsur tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

1. Pelaksanaan audit internal di PT. Aneka Kreasi Glasindo dinilai cukup memadai, berdasarkan hasil kuesioner yang menunjukkan skor 82,44%, dengan beberapa pertimbangan sebagai berikut:
 - a. Kompetensi auditor internal di PT. Aneka Kreasi Glasindo dianggap kurang memadai karena belum mengikuti pelatihan atau kursus terkait audit internal.
 - b. Program audit internal yang diterapkan di PT. Aneka Kreasi Glasindo belum optimal. Program ini mencakup elemen seperti objek audit, tujuan, prosedur yang sistematis, hasil audit, laporan audit.
 - c. Audit internal yang dilakukan pada aspek penjualan di PT. Aneka Kreasi Glasindo telah dilaksanakan dengan baik.
 - d. Laporan hasil audit yang disusun oleh auditor internal belum mencapai standar yang memadai.
2. Pengendalian internal penjualan di PT. Aneka Kreasi Glasindo dinilai efektif, berdasarkan hasil kuesioner yang mencatat skor 82,44%, dan didukung oleh elemen pengendalian internal berikut: Kegiatan dan Lingkupnngan pengendalian yang memadai, Pemantauan dan pengawasan yang dilakukan secara kontinu oleh auditor

internal terhadap operasional penjualan.

3. Peran audit internal dalam meningkatkan efektivitas penjualan di PT. Aneka Kreasi Glasindo sangat signifikan, seperti yang tercermin dari hasil kuesioner yang mencatat skor 82,44%.
4. Dari analisis anggaran dan realisasi penjualan selama dua tahun terakhir, dapat disimpulkan bahwa efektivitas penjualan meningkat dari 3,15% menjadi 3,43% dalam unit dan dari 3,24% menjadi 3,44% dalam nilai rupiah dari tahun 2018 ke 2019. Target penjualan tercapai dengan peningkatan persentase efektivitas penjualan baik dalam unit maupun rupiah antara tahun 2018 dan 2019.

Analisis menunjukkan bahwa audit internal di PT. Aneka Kreasi Glasindo telah dilaksanakan dengan baik, dan operasi penjualan berjalan efektif, meskipun hubungan antara keduanya tidak terlalu kuat.

Pengaruh Audit Internal Terhadap Penjualan dalam Mencapai Efektivitas Operasi pada PT Aneka Kreasi Glasindo

Dari hasil penelitian pada PT. Aneka Kreasi Glasindo, terlihat bahwa audit internal menjalankan fungsinya secara independen terhadap area yang diperiksanya, memungkinkan penilaian yang objektif dan langsung dilaporkan kepada Komisaris Utama. Pengawas internal memiliki posisi independen dan hanya fokus pada tugas pemeriksaan tanpa melibatkan staf dari bagian lain. Pemeriksaan dilakukan berdasarkan program kerja audit yang ditetapkan oleh manajemen.

Pemeriksaan mencakup penilaian terhadap aspek penjualan, termasuk konsep, ruang lingkup, dan prosedur, dengan membandingkan data dari bagian gudang, penjualan, dan keuangan untuk memastikan akurasi dan menghindari kesalahan yang bisa merugikan perusahaan. Laporan hasil audit disampaikan kepada direksi, mencakup temuan dan rekomendasi untuk perbaikan guna mendukung keputusan manajemen dan memajukan perusahaan. Meskipun audit internal dan efektivitas penjualan menunjukkan korelasi

yang lemah, pelaksanaan audit internal dan operasional penjualan di PT. Aneka Kreasi Glasindo dianggap memadai. Audit internal dilakukan atas permintaan direksi, sehingga pemeriksaan penjualan tidak dilakukan secara berkala.

Data yang dianalisis menggunakan skala Likert dikategorikan sebagai data ordinal (Sugiyono, 2019). Dan menggunakan kuesioner dengan membagi pada karyawan perusahaan dalam pengelolaan keuangan.

Dalam memenuhi syarat Uji Instrumen yaitu data yang dianalisis telah valid dan reliabilitas.

Dalam analisis regresi linear berganda telah memenuhi uji syarat yaitu uji asumsi klasik yaitu, Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Multikolinearitas.

Validitas diuji menggunakan metode Korelasi Produk-Moment dengan bantuan software aplikasi SPSS untuk Windows. Apabila dikatakan valid apabila signifikan di bawah 5% dan r hitung > r tabel. Dan uji Reliabilitas dinyatakan reliabel yaitu apabila nilai α crobach > 0,60. (Sugiyono 2019).

Hipotesis pertama (H1) mengemukakan bahwa Sistem Pengendalian Internal memiliki dampak positif terhadap Pengendalian Internal. dengan t -hitung mencapai 7,627 dan t tabel 2,078 signifikansi 0.000 < 5%.

Hipotesis kedua (H2) diperoleh hasil Audit Internal memiliki pengaruh positif terhadap Efektivitas Penjualan dengan nilai t hitung 6,263 > t tabel 2.078 dan signifikansi 0,000.

Hipotesis ketiga (H3) diperoleh bahwa Sistem Pengendalian Internal pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Efektivitas Penjualan melalui Audit Internal. Hasil uji t diperoleh yaitu pengaruh positif sebesar 0,725, dengan nilai t -hitung sebesar 5,867 dan signifikansi 0,000.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pada penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sistem Pengendalian Internal memiliki

pengaruh positif terhadap efektivitas penjualan.

2. Audit Internal berpengaruh positif terhadap efektivitas penjualan.
3. Sistem Pengendalian Internal mempunyai pengaruh tidak langsung antara efektivitas penjualan dengan variabel perantara Audit Internal
4. Pelaksanaan audit internal di PT. Aneka Kreasi Glasindo dinilai memadai berdasarkan kuesioner dengan hasil 82,44%. Hal ini didukung oleh beberapa faktor: Kompetensi auditor internal belum mencukupi karena kurangnya pelatihan khusus tentang audit internal. Program audit internal yang ada belum optimal, meskipun mencakup aspek seperti objek audit, tujuan.
5. Efektivitas pengendalian internal penjualan di PT. Aneka Kreasi Glasindo dinyatakan efektif dengan hasil kuesioner mencapai 82,44%. Aspek pengendalian internal meliputi lingkungan pengendalian yang baik, kegiatan pengendalian yang memadai, serta pemantauan berkelanjutan oleh auditor internal terhadap operasi penjualan. Audit Internal memiliki peranan signifikan dalam meningkatkan efektivitas penjualan, dengan hasil kuesioner yang sama sebesar 82,44%. Data dari anggaran dan realisasi penjualan menunjukkan bahwa efektivitas penjualan meningkat dari 3,15% menjadi 3,43% dalam unit, dan dari 3,24% menjadi 3,44% dalam rupiah, antara tahun 2018 dan 2019, menunjukkan pencapaian target dan peningkatan efektivitas penjualan dalam unit dan rupiah

Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, peneliti mengajukan beberapa saran yaitu:

1. Departemen keuangan perlu adanya audit agar keuangan jelas dan komprehensif.
2. Efektivitas audit internal meningkat apabila jumlah bagian tim audit tidak terlalu besar, dan Tim yang terlalu besar dapat menyebabkan beberapa anggota tidak

menjalankan tugas audit dengan optimal. Idealnya, tim audit internal di perusahaan sebaiknya terdiri dari maksimal 7 anggota agar pelaksanaan audit menjadi lebih efektif.

3. Para pelaku dan pihak perusahaan dapat menggunakan sistem informasi akuntansi untuk meningkatkan efektivitas penjualan batik, dengan memaksimalkan penggunaan sumber daya yang tersedia, dan dapat memperbaiki pengendalian internal mereka, seperti dengan meminimalkan risiko kerugian melalui pengawasan yang ketat terhadap penerimaan kas.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, D., & Ernawati, S. (2020). Strategi promosi dan word of mouth dalam upaya peningkatan keputusan pembelian produk tenun. *Jurnal Ditribusi*, 8, 225-238.
- Astuti, R., & Hakim, M. A. (2021). Pengaruh Label Halal dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 1-10.
- Damanik, Y. R., Saragih, Y. H., & Sinaga, S. O. (2023). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus Pada Produk Tahu Walik Siantar). *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 5(1), 17-24.
- Diantanti, N. P., & Darajat, A. H. (2023). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Briliant: Jurnal Riset dan Konseptual*, 8(4), 863-869.
- Emiri, D. (2013). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Ketersedia Produk, Harga, dan Coverage Terhadap Brand Switching*. Diponegoro University.
- Ena, M. Y., Nyoko, A. E., & Ndoen, W. M. (2019). Pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, lokasi dan word of mouth terhadap keputusan pembelian di Chezz Cafenet. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 10(3), 299-310.
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.
- Kotler, P. dan Armstrong, P. (2016). *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Erlangga
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Rayo, E. F., Inaray, A. C. P., & Lule, B. (2023). Capacity Strategies a Comparative Perspective in Manufacturing vs Service Industries. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 1445-1452.
- Augustinah, F. (2019). Manajemen Kinerja Balanced Scorecard Untuk Koperasi Dan UMKM. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 2(2), 219-235.