

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Permasalahan

Persaingan dalam bisnis *food and beverage* yang semakin tinggi menuntut perusahaan untuk lebih meningkatkan kinerjanya. Berdasarkan laman resmi Kementrian Industri, pertumbuhan industri *food and beverage* di triwulan III pada tahun 2022 mencapai 3,57%, lebih tinggi dari periode yang sama pada tahun 2021 lalu yang tercatat 3,49%. Meskipun terdampak pandemi covid – 19 subsektor *food and beverage* masih mampu tumbuh dan berkontribusi. Sehingga dalam persaingan ini berbagai aspek yang mendukung kinerja perusahaan harus diberdayakan seoptimal mungkin agar mampu memberikan peranan yang lebih besar dalam persaingan pada era perdagangan.

Seperti yang dilakukan Starbucks untuk mempertahankan citra merk agar mencapai posisi tertentu yang berbeda dari posisi pesaingnya dengan slogan “*The World’s Finest Coffee Experience*”, Starbucks mampu secara unik memosisikan dirinya bukan sebagai kedai kopi atau *coffee shop* yang mengagung – agungkan keenakan kopinya, tetapi lebih sebagai tempat menikmati pengalaman ngopi. Melalui hal tersebut, Starbucks ingin mengatakan kepada setiap pelanggannya bahwa mereka akan menikmati pengalaman *see and to be seen* yang artinya bukan sekedar kopi yang enak tapi kepedulian terhadap kenyamanan pelanggan.

Starbucks juga secara unik menempatkan karyawannya sebagai mitra bukan sebagai staf ataupun bawahan seperti pada banyak perusahaan pada umumnya. Perlakuan istimewa ini nyatanya menjadi salah satu faktor kunci pelayanan maksimal para mitra kepada pelanggan Starbucks. Selain itu faktor kenyamanan gerai menjadi salah satu hal yang sangat diperhatikan oleh Starbucks. Berbagai produk premium yang dimiliki Starbucks dijual dengan harga yang cukup tinggi di antara pesaing dan telah memosisikan diri sebagai kedai kopi untuk segmen menengah ke atas. Starbucks yakin dengan memosisikan diri sebagai kedai kopi premium akan meningkatkan *value* perusahaannya. Manfaat dari *value* yang ditawarkan Starbucks seakan magnet yang memikat ditambah

dengan gaya kehidupan masyarakat urban, menikmati secangkir kopi di gerai – gerai Starbucksseakan-akan meningkatkan prestise dan status sosial pelanggan.

Dengan posisi produk Starbucks yang telah dipaparkan sebelumnya membuat citra merek Starbucks sebagai produk yang hanya dinikmati oleh segmen-segmen tertentu. Hal ini seharusnya menjadi salah satu kelemahan dari Starbucks. Akan tetapi, dilansir dari situs [stories.starbucks.com](https://stories.starbucks.com) pada akhir tahun 2022 setelah 21 tahun hadir di Indonesia Starbucks kini telah berkembang mempunyai 501 gerai yang tersebar di 36 kota di Indonesia. Hal tersebut menggambarkan konsumsi atas produk Starbucks di Indonesia cukup tinggi sehingga citra Starbucks sebagai produk untuk kelas menengah keatas, harusnya menjadi kelemahan Starbucks ternyata tidak berpengaruh.

Disamping berkembang pesatnya Starbucks di Indonesia tentunya risiko terjadinya *fraud* (kecurangan) yang dilakukan oleh pihak internal maupun eksternal semakin tinggi. Berdasarkan *Association of Certified Fraud Examiners* (ACFE) memperkirakan bahwa organisasi kehilangan 5% pendapatan karena *fraud*. Pada tahun 2022, ACFE menemukan 2.110 kasus *fraud* yang terjadi di 133 negara. Jumlah kerugian yang disebabkan oleh *fraud* lebih besar dari 3,6 miliar dollar. Rata-rata kerugian yang disebabkan oleh *fraud* sebesar \$1.783.000 per kasus dan 21% kasus memiliki kerugian lebih besar dari 1 milyar dollar. Pada Starbucks Sudirman Palembang sendiri pernah terjadi *fraud* (kecurangan) yang dilakukan seseorang karyawan sehingga pengendalian internal diterapkan pada Starbucks Sudirman untuk mencegah terjadinya *fraud* (kecurangan).

Menurut Ikatan Akuntan Publik Indonesia (IAPI, 2021) “Pengendalian internal adalah proses yang didesain, diimplementasikan, dan dipelihara oleh pihak yang bertanggung jawab atas tata kelola, manajemen dan personel lain untuk menyediakan keyakinan memadai tentang pencapaian tujuan suatu entitas yang berkaitan dengan keandalan pelaporan keuangan, efektivitas dan efisiensi operasi dan kepatuhan terhadap perundang – undangan”.

Pengendalian internal yang kurang memadai dapat memberikan kesempatan seseorang untuk melakukan *fraud* (kecurangan). Sehingga perlunya penerapan pengendalian internal yang memadai agar perusahaan mampu tetap bertahan menyajikan produk terbaiknya dan mampu meminimalkan risiko terjadinya *fraud* (kecurangan).

Berdasarkan uraian diatas, penulis menyadari bahwa pentingnya pengendalian internal yang baik dan terorganisir dalam pencegahan *fraud* (kecurangan). Maka penulis tertarik untuk membahas judul atau topik “**Analisis Pengendalian Internal Dalam Pencegahan *Fraud* pada PT. Sari Coffee Indonesia (Studi Kasus pada Starbucks Sudirman Palembang)**”

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis mengemukakan permasalahan yaitu:

1. Bagaimana penerapan komponen – komponen pengendalian internal yang meliputi lingkungan pengendalian, penaksiran risiko, aktivitas pengendalian, informasi dan komunikasi serta pemantauan dan penerapan pencegahan *fraud* pada Starbucks Sudirman Palembang?
2. Bagaimana pengendalian internal dalam pencegahan *fraud* pada Starbucks Sudirman Palembang?

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Berdasarkan permasalahan yang ada, agar penulisan laporan akhir ini tidak menyimpang dari pembahasan dan lebih terarah maka penulis menitikberatkan pada analisis pengendalian internal dalam pencegahan *fraud* dan penerapan komponen – komponen pengendalian internal yang meliputi lingkungan pengendalian, penaksiran risiko, aktivitas pengendalian, informasi dan komunikasi serta pemantauan dan penerapan pencegahan *fraud* pada Starbucks Sudirman Palembang tahun 2023.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan**

### **1.4.1 Tujuan Penulisan**

Berdasarkan permasalahan yang telah diungkapkan di atas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan ini sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis penerapan pengendalian internal yang meliputi lingkungan pengendalian, penaksiran risiko, aktivitas pengendalian,

informasi dan komunikasi serta pemantauan dan penerapan pencegahan *fraud* pada Starbucks Sudirman Palembang.

2. Untuk menganalisis pengendalian internal dalam pencegahan *fraud* pada Starbucks Sudirman Palembang.
3. Pengendalian internal pada Starbucks Sudirman Palembang diharapkan dapat lebih memadai dalam pencegahan *fraud*.

#### **1.4.2 Manfaat Penulisan**

Manfaat yang diharapkan penulis dalam penulisan laporan akhir ini adalah sebagai berikut :

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

Menambah pengetahuan dan melatih kemampuan yang dimiliki mahasiswa dengan menerapkan dan membandingkan teori yang telah dipelajari diperkuliahan dan akan diterapkan dalam dunia kerja khususnya berkaitan tentang pengendalian internal dalam pencegahan *fraud*.

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

Penulisan laporan akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat masukan dan pertimbangan yang berguna bagi perusahaan dalam mengantisipasi terjadinya permasalahan terhadap aktivitas perusahaan dimasa yang akan datang.

##### **3. Bagi Lembaga**

Penulisan laporan akhir ini dapat bermanfaat untuk menambah referensi dan sebagai bahan bacaan yang bermanfaat bagi para pembaca khususnya untuk mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Sriwijaya sebagai acuan bagi penulisan selanjutnya agar dapat terus dikembangkan.

### **1.5 Metode Pengumpulan Data**

#### **1.5.1 Teknik Pengumpulan Data**

Penulisan laporan akhir ini diperlukan data yang akurat dan sesuai untuk dapat menganalisis permasalahan yang terjadi pada perusahaan.

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa cara, seperti cara survei, cara observasi, dan cara dokumentasi (Sanusi, 2017):

1. Cara Survei
 

Cara survei merupakan cara pengumpulan data di mana peneliti atau pengumpul data mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada responden baik dalam bentuk lisan maupun secara tertulis. Cara survei terbagi menjadi dua bagian, yaitu:

  - a. Wawancara
 

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian.
  - b. Kuesioner
 

Pengumpulan data sering tidak memerlukan kehadiran peneliti, namun cukup diwakili oleh daftar pertanyaan (kuesioner) yang sudah disusun secara cermat terlebih dahulu.
2. Cara Observasi
 

Observasi merupakan cara pengumpulan data melalui proses pencatatan perilaku subyek, objek atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu – individu yang diteliti.
3. Cara Dokumentasi
 

Cara dokumentasi biasanya dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan. Data seperti: rekapitulasi personalia, struktur organisasi, peraturan- peraturan, data produksi, riwayat perusahaan dan sebagainya. Biasanya telah tersedia di lokasi penelitian.

Penulis laporan akhir ini akan melakukan pengumpulan data dengan cara survei mengajukan pertanyaan melalui wawancara langsung bersama *store mnager* serta memberikan kuesioner yang berisikan pertanyaan terkait penerapan pengendalian internal dan pencegahan *fraud* kepada karyawan Starbucks Sudirman Palembang, cara dokumentasi untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan serta cara observasi mengumpulkan data melalui kunjungan ke Starbucks Sudirman Palembang.

### 1.5.2 Sumber Data

Jenis data menurut sumbernya yang dapat digunakan yaitu (Sugiyono, 2017):

1. Data primer
 

Data primer adalah data yang langsung diberikan kepada pengumpul data atau data yang masih asli seperti apa adanya.
2. Data Sekunder
 

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung diberikan

kepada pengumpul data. Misalnya lewat orang lain atau dokumen.

Penulis menggunakan data primer yang diperoleh dari wawancara langsung bersama *store manager* Starbucks Sudirman Palembang dan distribusi kuesioner kepada karyawan Starbucks Sudirman Palembang. Kuesioner yang diberikan berupa pertanyaan terkait pengendalian internal yang diterapkan dan pencegahan *fraud* pada Starbucks Sudirman Palembang. Penulis juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari Starbucks Sudirman Palembang yaitu gambaran umum perusahaan dan struktur organisasi perusahaan.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan laporan akhir digunakan untuk memberikan garis besar mengenai isi laporan akhir secara singkat dan jelas yang diuraikan kedalam beberapa bab. Sistematika penulisan laporan akhir ini dapat dijelaskan dengan perincian sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan pendahuluan yang mencakup uraian tentang latar belakang permasalahan, perumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat penulisan, metode pengumpulan data serta sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini penulis akan mengemukakan teori yang terkait diantaranya pengertian audit, standar audit, pengendalian internal, tujuan pengendalian internal, jenis pengendalian internal, unsur pengendalian internal, komponen – komponen pengendalian internal, *fraud* (kecurangan), Faktor terjadinya *fraud* (kecurangan) dan pencegahan *fraud*.

### **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Bab ini penulis akan menguraikan tentang gambaran umum perusahaan yaitu sejarah singkat perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, uraian tugas serta aktivitas perusahaan.

**BAB IV PEMBAHASAN**

Bab ini merupakan bagian terpenting dalam laporan akhir ini yang berisikan pembahasan analisis penerapan pengendalian internal dan pencegahan *fraud* (kecurangan) pada Starbucks Sudirman Palembang serta analisis pengendalian internal dalam pencegahan *fraud* (kecurangan) pada Starbucks Sudirman Palembang dan membandingkannya dengan teori yang ada.

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan bab terakhir dalam penyusunan laporan akhir yang berisikan simpulan pembahasan yang telah diuraikan oleh penulis dari hasil pembahasan terhadap data dari bab sebelumnya serta saran yang dapat dijadikan masukan bagi Starbucks Sudirman Palembang.