

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan ekonomi di Indonesia sudah mengalami kemajuan yang pesat serta diiringi dengan tingkat persaingan yang ketat pula. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya perusahaan-perusahaan yang berdiri baik dalam skala kecil, menengah, dan besar di setiap provinsi yang ada di Indonesia. Terdapat tiga pelaku perekonomian di Indonesia seperti yang tercantum dalam Pasal 33 UUD 1945, yaitu Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Swasta (BUMS), dan Koperasi. Ketiga pelaku ini dituntut untuk mengikuti perkembangan yang terjadi sehingga diharapkan akan memberikan kontribusi terhadap perkembangan perekonomian di Indonesia.

Setiap perusahaan yang ada di Indonesia dengan berbagai jenis usaha yang berbeda saling bersaing untuk memenuhi pangsa pasar yang menuntut kualitas pelayanan yang semakin baik, pendistribusian yang semakin cepat dan produk yang semakin bervariasi. Agar mampu bersaing dengan sukses dan berkelanjutan, perusahaan harus mampu mengelola sumber dana perusahaan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan dan hal ini memerlukan pengambilan keputusan yang tepat. Keuangan merupakan hal yang sangat penting dalam dunia usaha karena keuangan merupakan salah satu faktor yang menunjang proses berjalannya suatu perusahaan, oleh karena itu keuangan menjadi hal yang sensitif dalam dunia usaha. Keuangan merupakan ujung tombak dari perusahaan sebab di bagian inilah siklus uang masuk dan keluar. Semakin besar suatu perusahaan maka semakin besar pula kebutuhan yang diperlukan oleh perusahaan tersebut.

Terdapat persaingan yang sangat kompetitif di berbagai aspek bidang kerja di dalam perkembangan kebutuhan aktivitas perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki sistem yang dapat digunakan untuk merencanakan, menyusun, mengelola/mengatur, melaksanakan, dan mengawasi aktivitas dan keperluan perusahaan tersebut. Masing-masing dari sistem tersebut saling berhubungan satu sama lainnya. Salah satu sistem yang dapat menunjang kemajuan

perusahaan adalah sistem pengendalian intern atas penjualan kredit yang dikelola dengan baik.

Semakin berkembangnya suatu perusahaan, maka semakin kompleks pula masalah yang timbul di perusahaan tersebut. Salah satu masalah manajemen yaitu terbatasnya kemampuan pimpinan dalam mengawasi perubahan. Semakin banyaknya aktivitas perusahaan, maka seorang pimpinan tidak mungkin mengawasi seluruh aktivitas perusahaan yang dipimpinnya secara langsung. Sistem pengendalian intern yang memadai dalam suatu perusahaan akan membantu manajemen menjaga keamanan harta milik perusahaan dan dapat mencegah serta menemukan kesalahan-kesalahan dan penggelapan yang dapat merugikan perusahaan.

PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Palembang merupakan salah satu wilayah pemasaran PT Pertamina (Persero) yang berada di area Sumatera Selatan. Pada kantor wilayah ini terdapat direktorat keuangan yang aktivitasnya tentu tak terlepas dari aktivitas penjualan yang sangat membutuhkan pengawasan. Sistem pengendalian intern atas penjualan kredit sangatlah penting karena manajemen dapat melakukan pengawasan terhadap masalah-masalah yang dapat merugikan perusahaan. Perusahaan yang baik tentu harus memiliki sistem pengendalian intern yang baik untuk menjaga kekayaannya.

PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Palembang membutuhkan sistem pengendalian intern yang baik untuk kelangsungan perusahaan dan membantu manajemen dalam melakukan pengawasan terhadap fungsi-fungsi yang terkait agar dapat meminimalisir kesalahan yang terjadi yang menyebabkan terhambatnya kelancaran suatu kegiatan perusahaan khususnya dalam penjualan kredit.

Di dalam PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Palembang, pelanggan transaksi kredit dibagi menjadi dua; yaitu *Government* (Pemerintahan) dan *Non-Government* (Non-Pemerintahan). *Government Customer* terdiri atas TNI (Tentara Nasional Indonesia), POLRI (Kepolisian Negara Republik Indonesia), PT PLN (Perusahaan Listrik Negara), PT KAI (Kereta Api Indonesia), dan sesama BUMN lainnya. Sedangkan *Non-Government Customer* terdiri atas

Perusahaan Industri, *Retail* (eceran), SPBU (Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum), dan Agen lainnya.

Dalam transaksi penjualan kredit BBM (Bahan Bakar Minyak) pada PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II Palembang* tentunya tak lepas dari kendala yang terjadi seiring dengan berjalannya proses penjualan kredit BBM (Bahan Bakar Minyak) yang akan menghambat berjalannya transaksi tersebut. Kendala tersebut cenderung mengakibatkan terjadinya keterlambatan proses pembuatan faktur (*Invoice*) yang menyebabkan pelanggan terlambat melakukan pembayaran terhadap tagihan yang berujung pada piutang yang melewati batas waktu jatuh tempo.

Berdasarkan uraian dan permasalahan di atas yang berkaitan dengan sistem akuntansi penjualan kredit, maka dalam penyusunan Laporan Akhir penulis tertarik untuk mengambil judul, **“Analisis Sistem Pengendalian Intern Atas Penjualan Kredit BBM (Bahan Bakar Minyak) Pada PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II Palembang*”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka penulis merumuskan permasalahan yang terjadi pada PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II Palembang* adalah, “Bagaimana sistem pengendalian intern atas penjualan kredit BBM (Bahan Bakar Minyak) pada PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II Palembang* dan apa saja kendala yang dihadapi seiring dengan berjalannya proses penjualan kredit BBM (Bahan Bakar Minyak) pada PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II Palembang*?”

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Agar memberikan gambaran yang jelas terhadap pembahasan serta agar analisis menjadi terarah dan sesuai dengan masalah yang ada tanpa harus keluar dari pembahasan latar belakang dan judul di atas, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan yaitu pada sistem pengendalian intern atas penjualan kredit

BBM (Bahan Bakar Minyak) pada PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II Palembang*.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan**

### **1.4.1 Tujuan Penulisan**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penulisan yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penerapan sistem pengendalian intern atas penjualan kredit BBM (Bahan Bakar Minyak) pada PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II Palembang*.
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi pada proses penjualan kredit BBM (Bahan Bakar Minyak) pada PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II Palembang*.

### **1.4.2 Manfaat Penulisan**

Penulisan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun pihak lain yang berkepentingan yang mana adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis  
Penulisan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan yang didapat oleh penulis, khususnya mengenai sistem akuntansi penjualan kredit yang sudah dipelajari di bangku kuliah.
2. Bagi Perusahaan  
Diharapkan dapat dijadikan masukan bagi perusahaan yang bersangkutan dalam mengefektifkan pengendalian intern atas sistem akuntansi penjualan kredit dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.
3. Bagi Lembaga Politeknik Negeri Sriwijaya  
Laporan akhir ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi yang bermanfaat khususnya di Jurusan Akuntansi dalam pembuatan laporan akhir di masa yang akan datang.

## 1.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam penulisan laporan akhir ini diperlukan data yang akurat dan sesuai untuk menganalisis permasalahan yang terjadi di dalam perusahaan dan digunakan sebagai alat pengambilan keputusan.

Menurut Sanusi (2012:105), pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa cara, diantaranya:

### 1. Survei

Survei merupakan cara pengumpulan data di mana peneliti atau pengumpul data mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada responden, baik dalam bentuk lisan maupun secara tertulis. Jika pernyataan diajukan dalam bentuk lisan maka namanya wawancara, kalau diajukan secara tertulis disebut kuesioner. Cara survei terbagi menjadi dua bagian, yaitu wawancara (*interview*) dan kuesioner.

#### a. Wawancara

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

#### b. Kuesioner

Kuesioner merupakan pengumpulan data yang sering tidak memerlukan kehadiran penelitian, namun cukup diwakili oleh daftar pertanyaan yang telah disusun secara cermat terlebih dahulu.

#### c. Observasi

Observasi merupakan cara pengumpulan data melalui proses pencatatan perilaku subjek (orang), objek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.

#### d. Dokumentasi

Cara dokumentasi biasa dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan.

Menurut Sugiyono (2012:139) apabila dilihat dari sumber datanya, data dapat dikelompokkan menjadi 2 (dua) bagian, yaitu:

### 1. *Primary Data* (Data Primer)

Merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan dari hasil pengujian

## 2. *Secondary Data* (Data Sekunder)

Merupakan data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh atau dicatat oleh pihak lain). Umumnya berupa bukti catatan atau laporan historis yang telah disusun oleh arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan atau tidak dipublikasikan.

Berdasarkan jenis teknik pengumpulan data tersebut, penulis mengumpulkan data dengan cara survei, yaitu dengan wawancara dan observasi. Penulis melakukan tanya jawab secara langsung kepada beberapa karyawan perusahaan. Data sekunder yang dimaksud dalam penulisan laporan akhir ini adalah struktur organisasi dan pembagian tugas karyawan dan staf, serta sistem penjualan kredit PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II* Palembang. Selain itu, penulis juga melakukan riset ke perpustakaan dengan membaca buku referensi yang berhubungan dengan permasalahan penulis guna mendapatkan teori-teori yang tersedia.

### 1.6 **Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk memberikan garis besar mengenai isi laporan akhir secara ringkas dan jelas. Sehingga terdapat gambaran hubungan antara masing-masing bab di mana bab tersebut dibagi menjadi beberapa sub-sub secara keseluruhan. Berikut ini akan diuraikan mengenai sistematika penulisan laporan akhir secara singkat. Sistematika penulisan ini terdiri dari 5 (lima) bab, yakni adalah sebagai berikut:

#### **BAB I      PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan diuraikan latar belakang pemilihan judul, rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat penulisan, metode pengumpulan data dan sistematika penulisan.

#### **BAB II     TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini akan diuraikan teori-teori yang digunakan dalam melakukan analisa dan pembahasan masalah. Diantaranya adalah pengertian sistem, akuntansi, dan sistem akuntansi; pengertian, tujuan, dan unsur-unsur pengendalian internal; pengertian, fungsi yang terkait,

dokumen-dokumen, catatan-catatan, jaringan prosedur, dan unsur pengendalian intern atas sistem akuntansi penjualan kredit.

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

Pada bab ini penulis menguraikan tentang gambaran umum perusahaan yang terdiri dari sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, uraian tugas, sistem akuntansi penjualan kredit BBM (Bahan Bakar Minyak) yang diterapkan di PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II Palembang*.

### **BAB IV PEMBAHASAN**

Bab ini merupakan bagian terpenting dalam laporan akhir ini karena pada bab ini penulis akan membahas permasalahan yang ada, yaitu analisis sistem pengendalian intern atas penjualan kredit yang meliputi evaluasi atas struktur organisasi, sistem otorisasi dan prosedur pencatatan, praktik yang sehat, dan mutu karyawan yang sesuai dengan tanggung jawabnya.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Setelah melakukan analisis dan pembahasan secara lengkap, pada bab ini penulis akan menarik kesimpulan sebagai pemahaman pemecahan dari permasalahan yang ada serta memberi masukan kepada PT Pertamina (Persero) *Marketing Operation Region II Palembang* yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menerapkan langkah-langkah yang harus diambil untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja perusahaan khususnya pada bagian piutang.