

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia sebagai negara penganut ekonomi terbuka dan ditambah dengan diberlakukannya kebijakan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) menjadikan persaingan global yang ada di negara Indonesia kian meningkat. Dalam mengupayakan bisnis yang dapat bertahan dan berkelanjutan terdapat banyak faktor yang harus dipenuhi oleh perusahaan. Salah satunya adalah posisi finansial perusahaan harus senantiasa positif untuk dapat memenuhi kebutuhan dan mendukung seluruh strategi perusahaan dalam mencapai objektif yang diharapkan. Hal ini dapat terwujud jika perusahaan memiliki penjualan didukung dengan kualitas produksi serta pengendalian internal yang baik.

Keberhasilan penjualan sebuah perusahaan dipengaruhi salah satunya oleh loyalitas pelanggannya. Bersamaan didukung dengan era teknologi seperti saat ini setiap perusahaan baiknya harus membuka diri dan dapat memanfaatkan teknologi dengan sebaik-baiknya untuk dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional bisnis perusahaan dalam hal ini adalah penjualan. Dengan pemikiran tersebut maka terdapat sebuah konsep *Customer Relationship Management* (CRM) yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan.

CRM (*Customer Relationship Management*) merupakan kombinasi kebijakan, proses, dan strategi yang diterapkan perusahaan menjadi satu kesatuan yang digunakan untuk melakukan interaksi dengan pelanggan dan juga untuk menelusuri informasi pelanggan. CRM dapat membantu dalam hal penjualan dan pemasaran perusahaan melalui *Sales Force Automation* yang terdapat pada bagian operasional CRM. SFA ini dirancang untuk membantu bagian pemasaran dan penjualan dalam menarik dan mempertahankan pelanggan, menggunakan pengolahan data pelanggan untuk memberikan keuntungan dalam aktivitas penjualan.

Di sisi lain, dalam sebuah perusahaan terutama perusahaan manufaktur, persediaan menjadi elemen vital dalam perusahaan yang juga menunjang keberhasilan penjualan sehingga perusahaan harus dapat

mengelola persediaan agar mampu memenuhi permintaan pasar. Persediaan sangat rentan dari kemungkinan terjadinya resiko penumpukan, kekurangan, kerusakan, keusangan, dan kehilangan barang sebagai akibat dari terjadinya pencurian yang baik dilakukan oleh pihak luar maupun karyawan itu sendiri. Oleh karena itu diperlukan pengendalian internal yang baik agar perusahaan dapat menjamin pemenuhan permintaan pasar dan mengurangi resiko yang dapat terjadi pada persediaan.

PT.XYZ adalah perusahaan swasta nasional yang didirikan sejak tahun 1979 bergerak dalam bidang industri makanan dan minuman kesehatan dengan jaringan distribusi nasional dan internasional. PT.XYZ baru saja membuat sistem *Sales Force Automation* yang dinamakan ODIN (*Order Taking And Inventory Management*). Sistem ini dibuat untuk menjawab kebutuhan penjualan saat ini dan sedang di implementasi di beberapa distributor di area Jawa Tengah salah satunya adalah Distributor Tjahyono Abadi. Sejauh ini masih ditemukan banyak masalah dalam operasional penggunaan sistem dan ketidak sesuaian antara kebutuhan dan sistem berjalan.

Melihat fenomena tersebut maka penelitian ini memilih topik analisa dan evaluasi *Sales Force Automation* menggunakan metode *Fit Gap Analysis*. Hal ini bertujuan untuk menganalisa apakah sistem yang dibuat sudah sesuai dengan permintaan dan kebutuhan perusahaan atau belum. Penelitian ini juga menganalisa pengendalian internal perusahaan yang terdapat di distributor TA dengan menggunakan kerangka kerja COSO. Dengan elemen-elemen yang terdapat dalam COSO maka dapat diketahui apakah pengendalian internal persediaan perusahaan di distributor sudah dilakukan dengan efektif atau belum. Dengan mengetahui hasil dari penelitian ini diharapkan sistem SFA yang dibuat serta pengendalian persediaan yang dilakukan dapat mengoptimalkan kinerja penjualan perusahaan dan memberikan keuntungan maksimal untuk perusahaan.

1.2 Tujuan Dan Manfaat

Tujuan yang ingin dicapai dari Analisis Dan Evaluasi *Sales Force Automation System* (ODIN) Dengan Metode *Fit Gap Analysis* Pada PT.XYZ Dan

Pengendalian Internal Persediaan Berdasarkan Kerangka Kerja COSO Pada Distributor TA antara lain adalah :

1. Menganalisis proses penjualan yang dilakukan dengan *Sales Force Automation*.
2. Mengidentifikasi permasalahan atau ketidaksesuaian yang ada berhubungan dengan *Sales Force Automation* yang digunakan untuk penjualan
3. Melakukan evaluasi dan memberikan usulan perbaikan *Sales Force Automation* yang dapat meningkatkan performa serta memenuhi apa yang menjadi kebutuhan penjualan
4. Melakukan analisa pengendalian internal persediaan perusahaan yang berjalan di distributor

Manfaat yang diperoleh dari Analisis Dan Evaluasi *Sales Force Automation System* (ODIN) Dengan Metode *Fit Gap Analysis* Pada PT.XYZ Dan Pengendalian Internal Persediaan Berdasarkan Kerangka Kerja COSO Pada Distributor TA antara lain adalah :

1. Memiliki sistem *Sales Force Automation* yang berjalan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan perusahaan
2. Meningkatkan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan (Distributor)
3. Memperoleh data penjualan yang lengkap untuk periode dan wilayah tertentu dengan lebih cepat
4. Mengetahui dan memantau produktivitas tenaga penjual (*salesman*) yang dimiliki distributor
5. Meminimalisasi resiko-resiko yang dapat terjadi pada persediaan barang dagang di gudang seperti penumpukan, pencurian dan lain halnya
6. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu teknologi informasi serta akuntansi mengenai *Sales Force Automation* dan pengendalian internal persediaan barang serta pengaruhnya terhadap peningkatan penjualan perusahaan.

1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup atau batasan – batasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini membahas *Customer Relationship Management* dengan tipe *Operational CRM* yang hanya berfokus pada *Sales Force Automation*
2. Fitur yang dibahas dalam *Sales Force Automation* berguna untuk mengotomatisasi penjualan hanya antara distributor ke toko
3. Sistem ini dikembangkan sepenuhnya oleh pihak *developer* eksternal perusahaan
4. Pengendalian internal persediaan hanya berlaku pada salah satu distributor yaitu CV.Tjahyono Kudus

1.4 Metodologi Penelitian

Metodologi yang digunakan dalam penulisan antara lain sebagai berikut :

Metode Pengumpulan Data

1. Studi Pustaka

Untuk mendapatkan landasan teori dan bahan pendukung secara ilmiah yang tepat dan dapat digunakan sebagai acuan dalam penulisan yang diambil dari sumber-sumber yang berasal dari buku yang berkaitan dan memuat pembahasan serta literatur yang dapat berguna menunjang materi yang sesuai dengan pembahasan yang akan dibahas dalam penulisan skripsi.

2. Penelitian Lapangan

2.1 Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung ke perusahaan yang dilakukan selama masa internship dari 14 Agustus 2017 sampai dengan 13 Februari 2018. Metode ini dilakukan untuk memberi gambaran dan mengetahui dengan jelas dan lengkap mengenai sistem *Sales Force Automation* yang berjalan di perusahaan.

2.2 Wawancara

Metode ini digunakan untuk memahami lebih lanjut penelitian yang akan dibuat yang belum dapat terjawab hanya dengan melakukan observasi. Metode ini dilakukan dengan membuat serangkaian pertanyaan yang terkait dengan sistem berjalan dan melakukan wawancara dengan pihak yang terlibat dalam penggunaan sistem.

2.3 Kuesioner

Menyebarkan kuesioner ke beberapa pihak yang terlibat langsung dalam perancangan dan penggunaan sistem Sales Force Automation untuk memperoleh data seberapa penting requirement yang terdapat dalam ODIN untuk mendukung proses analisa

Metode Analisis

1. *Fit Gap Analysis*

Metode ini merupakan sebuah studi untuk menganalisis apakah alternatif-alternatif solusi yang diusulkan sesuai dengan kebutuhan-kebutuhan perusahaan atau tidak. Kebutuhan-kebutuhan perusahaan yang telah terkumpul tersebut diberikan tingkatan prioritas (ranking) berupa *High (H)*, *Medium (M)*, atau *Low (L)*. Kemudian menganalisis apakah kebutuhan-kebutuhan perusahaan tersebut dapat dipenuhi oleh masing-masing alternatif solusi atau tidak. Kondisi tersebut antara lain dapat berupa *Fit (F)*, *Partial (P)*, atau *Gap (G)*.

2. Pengendalian Internal Berdasarkan *Committee of Supporting Organization of the Treadway Commission (COSO)*

Metode analisis yang digunakan untuk evaluasi pengendalian internal yang ada dalam sebuah perusahaan. Hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan penggelapan laporan keuangan dan membuat rekomendasi untuk mengurangi kejadian tersebut. COSO memiliki definisi umum untuk pengendalian, standar, dan kriteria internal yang dapat digunakan perusahaan untuk menilai sistem pengendalian yang ada dengan memperhatikan beberapa komponen seperti *control environment*, *risk assessment*, *control activities*, *information and communication*, dan *monitoring*.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan terdiri dari lima bab dan masing-masing terdiri dari beberapa sub bab. Secara garis besar, penjelasan dari kelima bab tersebut antara lain adalah:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang, ruang lingkup, tujuan dan manfaat, metode penelitian serta sistematika penulisan yang dilakukan pada skripsi ini.

BAB 2 : LANDASAN TEORI

Pada bab ini diuraikan sejumlah teori yang relevan dengan masalah yang dihadapi perusahaan, serta metode-metode yang digunakan untuk mendukung analisa dan evaluasi sistem *Sales Force Automation*.

BAB 3 : ANALISIS SISTEM BERJALAN

Bab ini membahas gambaran umum mengenai perusahaan seperti sejarah singkat perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, pembagian tugas dan wewenang, dan mengenai berbagai macam metode.

BAB 4 : HASIL DAN BAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil evaluasi yang dilakukan dengan metode *fit gap analysis* dan pengendalian internal persediaan berdasarkan kerangka kerja COSO

BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini menyajikan simpulan mengenai hasil penelitian dan saran dari penulis yang sekiranya dapat bermanfaat bagi perusahaan untuk ke depannya