

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis, sistem pengendalian internal mengambil bagian penting untuk tetap berjalan di saat iklim yang meragukan ini. Pengendalian internal di gunakan untuk mengumpulkan dan menggunakan data untuk menilai kinerja dari sumber daya yang ada, seperti contohnya manusia, keuangan, mesin. Dalam dunia bisnis kecil maupun besar perlu adanya penerapan sistem pengendalian internal. Sistem pengendalian internal diterapkan untuk membangkitkan individu dalam organisasi dan mengedepankan tujuan. Dalam sebuah perusahaan SDM (Sumber Daya Manusia) adalah peran yang sangat penting, yang merupakan fondasi dasar bagi sebuah perusahaan. Jika suatu perusahaan tidak dapat menangani SDM-nya dengan baik, maka perusahaan tersebut tidak dapat berdiri kokoh dan mudah jatuh (Agustin & Rofendi, 2021:110).

Pengendalian Internal merupakan suatu proses yang dipengaruhi oleh sumber daya manusia dan sistem teknologi informasi, yang dirancang untuk membantu suatu perusahaan atau organisasi untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Pengendalian internal dilakukan dengan cara mengarahkan, mengawasi, dan mengukur sumber daya suatu perusahaan atau organisasi. Proses ini, berperan penting untuk mencegah serta mendeteksi adanya penggelapan (*fraud*) dan melindungi sumber daya baik yang berwujud (seperti mesin dan lahan) maupun tidak berwujud (seperti reputasi atau hak kekayaan intelektual seperti merek dagang (Sujawerni 2020:4).

Unsur pokok dari sistem pengendalian internal yang meliputi struktur organisasi yang memisahkan tanggung jawab fungsional secara tegas, sistem wewenang dan prosedur pencatatan yang memberikan perlindungan yang cukup terhadap kekayaan, utang, pendapatan dan biaya, praktik yang sehat dalam melaksanakan tugas dan fungsi setiap unit organisasi, serta karyawan yang mutunya sesuai dengan tanggung jawab. Pengendalian internal di lakukan untuk tindakan pengamanan untuk mencegah terjadinya kerusakan, pencurian, maupun tindakan penyimpangan lainnya (Mulyadi, 2017:164).

Perkembangan ekonomi era globalisasi di Indonesia saat ini telah mendorong timbulnya persaingan yang sangat ketat dalam dunia usaha, dimana dunia usaha mulai memasuki persaingan bisnis yang sudah jauh berbeda dari yang sebelumnya. Tantangan dalam persaingan bisnis tidak hanya datang dari dalam negeri saja melainkan telah didatangi oleh pesaing dari luar negeri dengan produk yang memiliki kualitas daya saing yang tinggi. Jika perusahaan tidak memiliki sistem pengendalian internal yang baik maka secara otomatis perusahaan tersebut akan tersingkir, sehingga akan berdampak juga pada pertumbuhan ekonomi sosial (Anthony dan Govindarajan, 2022:25).

Pengendalian internal dapat diartikan sebagai proses untuk menjamin bahwa sumber daya manusia, fisik, dan teknologi dialokasikan agar mencapai tujuan organisasi secara menyeluruh. Pengendalian internal sangat berhubungan dengan arah kegiatan internal dan sesuai dengan garis besar pedoman yang sudah ditentukan sebelumnya oleh perusahaan dalam perencanaan strategi strategi yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan (Radianto 2018:9).

Pengendalian internal merupakan kegiatan pembentukan dan juga pengontrolan pada suatu organisasi, terletak di antara keduanya, yaitu perumusan atau perencanaan strategi yang dilaksanakan oleh manajemen puncak dan pengendalian tugas-tugas yang dilakukan oleh manajemen/operasi yang lebih rendah. Untuk memahami pengertian pengendalian internal, pertama-tama harus dibedakan dari dua kegiatan lainnya yaitu perumusan strategi dan pengendalian misi. Selain itu, juga mengkaji perbedaan antara kegiatan perumusan strategi dengan penetapan tujuan, pengendalian dengan perencanaan strategis, dan pengendalian misi (Syahputra, 2021:3).

Setiap pihak yang mendirikan suatu perusahaan adalah usaha pihak yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan, dimana keuntungan merupakan tujuan utama dari suatu perusahaan. Setiap perusahaan mempunyai tantangan atau masalah yang berbeda dalam menjalankan aktivitas perusahaan, seperti masalah yang timbul dari dalam perusahaan berupa masalah yang berkaitan sumber daya manusia maupun masalah yang timbul dari eksternal perusahaan salah satunya daya saing, dimana hal tersebut merupakan faktor untuk tetap mempertahankan kelangsungan perusahaan (Farida & Sunandar, 2021:281).

Masalah yang di hadapi suatu perusahaan tidak terlepas dari daya saing, karena setiap perusahaan pasti memiliki sedikitnya satu pesaing/*compotitor* dalam lingkup bidang yang dijalankan oleh perusahaan. Salah satu contohnya perusahaan yang bergerak dibidang ritel atau toko serba ada, dimana meluasnya perkembangan *minimarket/supermarket* asing menjadi salah satu faktor yang menyebabkan meningkatnya persaingan toko serba ada lokal. Selain itu, pesatnya perkembangan teknologi juga menjadi salah satu hal yang bila dibiarkan dapat menjadi suatu masalah baru dalam suatu perusahaan.

Era globalisasi saat ini perusahaan yang mulanya telah menguasai pasar mendapatkan beberapa tantangan baru yang disebabkan oleh pesatnya perkembangan teknologi, yaitu munculnya sistem berbelanja online yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja hanya dengan bermodalkan *gadget* dan jaringan internet, yang membuat masyarakat dapat berbelanja lebih mudah. Perusahaan yang dapat bertahan adalah yang tetap saling berhubungan dan meningkatkan jumlah pelanggan setia, yang dapat menjadi kunci karakteristik berbeda sebagai ciri khas pelaku bisnis. Suatu perusahaan atau bisnis yang ingin sukses dan populer perlu ciri khas yang dikenal oleh masyarakat dan dapat membuat produk dari usaha atau bisnis tersebut berbeda dengan bisnis yang lain yang mungkin sejenis (Anjarsari & Nurfadila, 2021:25).

Menurut Kurniawan Rahmat (2019:12) toko modern merupakan perdagangan ritel/eceran dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran berbentuk *minimarket*, *supermarket*, *hypermarket* ataupun grosir yang berbentuk perkulakan. Arti modern sendiri yaitu penataan barang menurut keperluan yang sama dikelompokkan di bagian yang sama yang dapat dilihat dan diambil langsung oleh pembeli, penggunaan alat 2 pendingin udara, dan adanya pramuniaga professional. Terdapat tiga jenis toko modern yaitu *minimarket*, *supermarket*, dan *hypermarket*.

Berkembangnya sebuah toko sembako sangat dipengaruhi oleh banyaknya tingkat penjualan produk barang agar keberlangsungan sebuah toko dapat dipertahankan, penjualan menjadi faktor yang sangat penting untuk diperhatikan dalam berdagang. Sebuah toko akan mampu bertahan dalam ketatnya persaingan bisnis apabila dapat

menerapkan strategi pemasaran dengan baik. Strategi dalam pemasaran mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan sebuah usaha, oleh karena itu bidang pemasaran berperan besar dalam menerapkan rencana usaha. Apabila pedagang mampu menerapkan hal ini tentu akan berdampak baik terhadap omset penjualan. Volume Penjualan adalah pada setiap perusahaan tujuan yang hendak dicapai adalah memaksimalkan profit disamping perusahaan ingin tetap berkembang (Widagdha, dkk, 2018:17).

Menurut Rina (2020:101) Mengatakan toko sembako yaitu toko kecil di daerah perumahan, sering buka 24 jam 7 hari, kini terbatas produk sembako dengan perputaran tinggi”. Selain itu toko sembako yaitu warung yang menyediakan kebutuhan rumah tangga seperti sembilan bahan pokok, makanan dan barang rumah tangga. Warung ini ditemukan berdampingan dengan pemilik rumah yang tidak jauh dengan masyarakat seperti perkampungan, dan perumahan. Toko sembako merupakan pertama kali yang melayani kebutuhan masyarakat sebelum minimarket.

Manusia memerlukan sandang, pangan dan papan dalam memenuhi kebutuhan sehari hari. Dengan kita ketahui bahwa kebutuhan pangan yang juga berarti sembako adalah salah satu kebutuhan yang sangat dibutuhkan manusia. Dimana pada saat ini telah terdapat banyak sekali toko sembako yang membuka dan menyediakan beragam kebutuhan sembako dengan harga yang semakin bersaing.

Keadaan seperti ini, tentu saja tidak menutup kemungkinan para pedagang sembako tersebut akan bersaing ketat dengan pedagang lainnya. Tingkat persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pemasar untuk mampu melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien. Oleh karena itu, sudah menjadi keharusan bagi suatu pengusaha atau pedagang untuk melaksanakan promosi dengan strategi yang tepat agar dapat memenuhi sasaran yang efektif (Hamzah, dkk, 2019: 76).

Kebutuhan akan sembako meningkat setiap tahunnya. Peningkatan kebutuhan akan sembako berbanding lurus dengan jumlah penduduk. Hal ini berarti semakin tinggi jumlah penduduk maka semakin tinggi pula kebutuhan akan sembako. Menurut sumber dari Badan Pusat Statistik, jumlah penduduk Indonesia mengalami peningkatan setiap tahun.

Badan Pusat Statistik mencatat bahwa jumlah penduduk Indonesia dalam 5 tahun terakhir adalah 231 juta jiwa pada tahun 2009, 237 juta jiwa pada tahun 2010 dan meningkat terus hingga tahun 2013.

Toko sembako merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan/ritel. Toko sembako ini salah satu toko serba ada yang sudah tidak asing lagi ditelinga masyarakat. Seiring berjalannya waktu Toko sembako tetap konsisten memberikan pelayanan kepada konsumen ditengah semakin pesatnya perkembangan minimarket/supermarket pesaing/*compotitor* bagi Toko sembako. Hal tersebut merupakan tantangan bagi pihak manajemen Toko sembako untuk terus meningkatkan inovasi guna meningkatkan daya saing.

Berdasarkan uraian diatas, kami selaku penulis tertarik untuk melakukan penelitian untuk menganalisis dan mengetahui apa saja upaya yang telah dilakukan oleh manajemen Toko sembako sebagai salah satu upaya pengendalian internal dalam meningkatkan daya saing. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Sistem Pengendalian Internal Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Pada Toko Sembako Di Desa Tegalsawah Kecamatan Karawang Timur**”

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan diatas maka dapat di identifikasikan oleh penulis sebagai berikut:

1. Memiliki banyak pesaing/*compotitor* dalam lingkup bidang yang dijalankan oleh perusahaan.
2. Belum konsisten terhadap penerapan sistem pengendalian internal.
3. Prosedur pengendalian internal penjualan belum dijalankan dengan baik

1.3. Batasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada di Toko Sembako menunjukkan bahwa permasalahan yang ada cukup banyak. Guna mencegah mengembangnya penelitian maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas. Harapannya pemecahan masalahnya

lebih terarah. Oleh sebab itu penulis membatasi penelitian ini hanya pada sistem pengendalian internal penjualan pada toko sembako, yaitu dengan meningkatkan daya saingnya. Periode penelitian ini menyesuaikan dengan rencana waktu penelitian.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan sistem pengendalian internal di Toko Sembako ?
2. Bagaimana siklus penerapan pada sistem penjualan di Toko Sembako?
3. Bagaimana strategi yang dilakukan dalam meningkatkan daya saing Toko Sembako ?

1.5. Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah di atas maka penelitian ini mempunyai beberapa tujuan, yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penerapan sistem pengendalian internal di Toko sembako tersebut.
2. Untuk mengetahui penerapan pada sistem penjualan di Toko Sembako
3. Untuk mengetahui strategi apa saja yang dilakukan pemilik Toko sembako dalam upaya meningkatkan daya saing nya.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
Untuk menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman penulis khususnya mengenai sistem pengendalian internal.

2. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu tambahan referensi untuk meneliti selanjutnya sebagai bahan pertimbangan penting bagi penelitian serupa dimasa yang akan datang.

3. Bagi Pemilik Toko Sembako

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan dan juga masukan bagi pemilik toko tersebut agar memperoleh manfaat dari sistem pengendalian internal dalam meningkatkan daya saing untuk mengoptimalkan laba usaha.

4. Bagi Pembaca

Manfaat penulisan karya ilmiah bagi pembaca yaitu menjadi sumber referensi dan informasi bagi orang yang membaca karya tulis ini supaya mengetahui dan lebih mendalami bagaimana cara meningkatkan daya saing pada sistem pengendalian internal.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini di uraikan tentang teori sistem pengendalian internal, tujuan sistem pengendalian internal, ancaman terhadap sistem, komponen internak, jenis jenis sistem pengendalian internal, sistem pengendalian internal atas sistem penjualan, unsur unsur pengendalian internal pada siklus penjualan, daya

saing, strategi daya saing, penelitian terdahulu dan menggambarkan mengenai kerangka konseptual.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.