



JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI DAN MANAJEMEN BISNIS

Halaman Jurnal: <https://journal.amikveteran.ac.id/index.php/jaemb>
Halaman UTAMA Jurnal : <https://journal.amikveteran.ac.id/index.php>



EVALUASI AUDIT OPERASIONAL UNTUK MENILAI EFISIENSI DAN EFEKTIVITAS KEGIATAN PENJUALAN KARTU PRABAYAR IM3 PADA PT. INDOSAT TBK

Merintan Berliana Simbolon, Margo Pratomo

Fakultas Ekonomi dan Bisnis / Akuntansi, merintans@gmail.com, Universitas Panca Sakti Bekasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis / Akuntansi, bomajonaldyranjung@gmail.com, Universitas Panca Sakti Bekasi

ABSTRAK

Pada umumnya setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal dan berusaha mempertahankan dalam jangka waktu yang lama. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hasil audit operasional penjualan kartu prabayar IM3 ini berjalan secara efisien dan efektif. Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi deskriptif dan metode penelitian deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah biaya-biaya aktual penjualan, pendapatan bersih penjualan dan target pendapatan bersih penjualan, jumlah IM3 yang dijual, biaya karyawan bagian penjualan dan target IM3 yang dijual. Sampel yang digunakan adalah biaya-biaya aktual penjualan, pendapatan bersih penjualan dan target pendapatan bersih penjualan, jumlah IM3 yang dijual, biaya karyawan bagian penjualan dan target IM3 yang dijual selama 2 tahun.

Kata Kunci: audit operasional, efisiensi, efektivitas.

1. PENDAHULUAN

Dalam perkembangan ekonomi dunia yang semakin pesat, terutama pada era globalisasi membuat setiap perusahaan semakin giat dalam mencapai efektivitas dan efisiensi operasi. Hal ini dimaksudkan untuk memenangkan persaingan usaha yang sangat ketat, baik dengan perusahaan lokal maupun manca negara. Tingkat persaingan ini dapat terjadi dalam semua aspek ekonomi baik perusahaan yang menghasilkan produk maupun jasa.

Oleh sebab itu, masyarakat semakin selektif memilih perusahaan penyelenggara jasa telekomunikasi dan sebagai bahan pertimbangannya adalah jangkauan yang luas dan memberikan tarif yang murah. PT Indonesian Satellite Corporation Tbk (Indosat) merupakan perusahaan telekomunikasi dan multimedia terbesar kedua di Indonesia untuk jasa telekomunikasi (telepon, multimedia dan seluler).

Manajemen berkeyakinan bahwa kegiatan usaha dibidang penyelenggaraan jasa telekomunikasi internasional mempunyai prospek yang cerah mengingat majunya industri pariwisata, bertambahnya perdagangan internasional, bertambahnya jenis jasa yang ditawarkan serta meningkatnya kualitas dari system telekomunikasi nasional.

Salah satu jasa yang ditawarkan oleh PT Indonesian Satellite Corporation Tbk (Indosat) yaitu penjualan kartu prabayar IM3. Kartu prabayar IM3 merupakan kartu prabayar dari Indosat yang memberikan semua fitur canggih kepada pelanggan. Sasaran penjualan ini adalah memberikan pelayanan jasa seluler yang menarik dengan tarif serendah mungkin. Tanggung jawab manajemen penjualan adalah merencanakan dan mengelola suatu system operasi yang dapat mencapai sasaran ini.

Untuk membantu pihak manajemen dalam melakukan kegiatan operasionalnya tersebut, sering kali terjadi ketidakefisienan dan ketidakefektifan. Hal ini akan memberikan dampak kurang baik bagi perusahaan, serta ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan dari Indosat sehingga merugikan perusahaan. Agar tujuan perusahaan dapat tercapai, maka diperlukan adanya audit operasional pada kegiatan penjualan dan diperlukan suatu pengawasan yang intensif agar mencapai tujuan yang diinginkan. Oleh sebab itu, audit intern sangat diperlukan dalam melaksanakan kegiatan operasi penjualan agar tidak menimbulkan dampak kerugian materiil serta kesan yang kurang baik terhadap mutu pelayanan PT. Indosat Tbk. Melihat pentingnya audit operasional pada kegiatan penjualan, maka penulis tertarik untuk melakukan pengamatan.

Received Januari 15, 2022; Revised Januari 20, 2022; Accepted Februari 27, 2022

PT. Indonesian Satellite Corporation Tbk (Indosat) merupakan perusahaan penyelenggara jasa telekomunikasi dan multimedia terbesar kedua di Indonesia. Salah satu jasa yang ditawarkan adalah penjualan kartu prabayar IM3. Dalam proses penjualannya perusahaan menginginkan untuk memberikan pelayanan terbaik bagi para pelanggan. Hal ini sangat penting dilakukan karena kepercayaan dari pelanggan menjadi nilai tambah demi kemajuan perusahaan.

Dalam pelaksanaannya terdapat banyak hal yang dapat membuat ketidakefisienan dan ketidakefektifan dalam penjualan. Tentunya hal tersebut akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan. Oleh sebab itu, demi mencapai tujuan perusahaan maka perusahaan perlu mengadakan pengendalian, pengawasan dan pemeriksaan agar perusahaan dapat mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditentukan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi audit operasional untuk menilai efektifitas dan efisiensi pada kegiatan penjualan kartu prabayar IM3 serta memastikan kegiatan penjualan kartu prabayar IM3 yang dilaksanakan pada PT. Indosat Tbk sudah terlaksana secara efektif dan efisien.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Audit

Pengertian audit tidak pernah terlepas dari bahan bukti dari obyek yang akan diperiksa. Dan bahan bukti itulah ditelaah sedemikian rupa sesuai dengan prosedur yang berlaku guna mendapatkan informasi yang diperlukan dan informasi tersebut disampaikan kepada pengguna informasi tersebut.

Kesimpulan yang dapat diambil dari pendapat-pendapat ahli diatas bahwa audit merupakan suatu proses pemeriksaan yang dilakukan oleh pihak yang kompeten dan independent dengan tujuan untuk menetapkan tingkat kesesuaian informasi yang dapat diukur mengenai suatu entitas ekonomi dengan criteria yang telah ditetapkan.

Audit operasional adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk memeriksa kembali prosedur dan metode perusahaan untuk menilai tingkat efisiensi dan efektivitas operasi yang akhirnya menyimpulkan saran-saran kepada manajemen untuk menyempurnakan operasional perusahaan.

2.2. Perbedaan Audit Operasional dan Audit Laporan Keuangan

1. Audit laporan keuangan menguji catatan histories dari kinerja masa lalu sedangkan auditor operasional menilai dan menelaah yang lalu, dan juga melihat masa yang akan datang dengan suatu pandangan.
 - a. Pada penilaian kebijakan dan perencanaan, apakah mereka paling baik dan cocok untuk mencapai tujuan.
 - b. Untuk melihat apakah kebijakan yang ditetapkan ditaati atau tidak.
 - c. Untuk menilai kinerja eksekutif.
 - d. Untuk mengukur kinerja usaha dan membandingkan hasil aktual dengan target.
 - e. Untuk menganalisis data dan berbagai varian/penyimpangan untuk menemukan penyebab dari varian tersebut.
 - f. Untuk mengusulkan tindakan korektif yang tepat untuk mencapai target.
2. Audit keuangan melaporkan posisi keuangan organisasi pada suatu tanggal tertentu dan apakah laporan keuangan menyajikan suatu pandangan yang benar dan wajar dari keadaan usaha perusahaan. Sedangkan auditor operasional melaporkan kinerja manajemen selama periode tertentu dan mengusulkan cara-cara dan alat-alat untuk mencapai tujuan pada masa yang akan datang, apabila tujuan pada masa yang akan datang, apabila tujuan tersebut belum tercapai.
3. Auditor keuangan tidak mempertanyakan apakah manajemen aktif tau tidak sedangkan audit operasional menilai aktivitas manajemen dan menyelidiki apakah aktivitas itu tidak efisien.
4. Auditor keuangan hanya melihat pada sejarah transaksi keuangan, sedangkan auditor operasional tidak hanya melihat catatan keuangan, tetapi juga dibidang operasi dengan tujuan memperbaiki operasi usaha di masa yang akan datang.

5. Ada penulis yang menyatakan pekerjaan auditor operasional mulai dimana pekerja auditor keuangan berakhir.
6. Tujuan auditor operasional mencakup pengujian kritisal atas struktur dan bagan organisasi, proses manufacturing, perencanaan dan jadwal produksi, ketaatan terhadap kebijakan perusahaan. Jadi audit operasional dapat diarahkan terhadap banyak bidang nonfinansial seperti personil dan perekayasaaan, sedangkan auditor keuangan terutama memberikan perhatian pada aspek keuangan organisasi.
7. Perbedaan yang penting antara audit operasional dan audit keuangan adalah unit dari tolok ukur. Kebanyakan audit keuangan berkonsentrasi pada pengesahan kewajaran laporan keuangan sesuai dengan prinsip-prinsip akuntansi yang berlaku umum. Dengan demikian, kriteria untuk menilai jumlah dan pengungkapan yang tercakup dalam laporan keuangan sangat baik didefinisikan. Sebaliknya, pengukuran atau evaluasi efektivitas dan efisiensi atau kinerja audit operasional lebih sulit. Tidak ada standar yang berlaku umum.
8. Hasil audit keuangan sering dilaporkan kepada pihak diluar entitas (misalnya pemegang saham, badan pemerintah dan publik umum), sedangkan hasil audit operasional biasanya dilaporkan kepada manajemen.

2.3. Karakteristik Audit Operasional

Karakteristik audit operasional menurut Amin Widjaja Tunggal (2001:25) adalah sebagai berikut :

1. Audit operasional adalah prosedur yang bersifat investigasi.
2. Mencakup semua aspek perusahaan, unit atau fungsi.
3. Yang diaudit adalah seluruh perusahaan, atau salah satu unitnya (bagian penjualan, bagian perencanaan produksi dan sebagainya), atau suatu fungsi, atau salah satu sub-klasifikasinya (pengendalian persediaan, sistem pelaporan, pembinaan pegawai dan sebagainya).
4. Penelitian dipusatkan pada prestasi atau keefektifan dari perusahaan/unit/fungsi yang diaudit dalam menjalankan misi, tanggung jawab atau tugasnya.
5. Pengukuran terhadap keefektifan didasarkan pada bukti/data dan standar.
6. Tujuan utama audit operasional adalah memberikan informasi kepada pimpinan tentang efektif tidaknya perusahaan, suatu unit atau suatu fungsi. Diagnosis tentang permasalahan dan sebab-sebabnya dan rekomendasi tentang langkah-langkah korektifnya merupakan tujuan tambahan.

Audit operasional tumbuh dengan sendirinya sebagai perluasan audit keuangan, melampaui batas apa yang apda umumnya dianggap sebagai fungsi akuntansi: yang urusannya menyangkut kegiatan non financial yang dinyatakan dengan angka dalam catatan financial dari perusahaan.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah metode penelitian deskriptif yaitu mencoba melakukan penyelidikan secara mendalam serta memperoleh gambaran yang lengkap mengenai pokok masalah dalam penelitian yang dilakukan. Oleh karena itu, penulis ingin memperoleh gambaran tentang evaluasi audit operasional atas kegiatan penjualan kartu prabayar IM3 pada PT. Indosat Tbk.

Dalam penyusunan skripsi ini digunakan strategi penelitian komparatif yaitu strategi strategi penelitian yang bertujuan untuk membandingkan data-data yang ada dengan teori yang berkaitan dengan usulan yang akan dibahas.

3.1 Populasi Penelitian

Populasi merupakan kumpulan dari seluruh elemen-elemen yang sejenis terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah biaya aktual penjualan, pendapatan bersih penjualan dan target pendapatan bersih penjualan, jumlah IM3 yang dijual, biaya karyawan bagian penjualan dan target IM3 yang dijual.

3.2 Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini adalah biaya aktual penjualan, pendapatan bersih penjualan dan target pendapatan bersih penjualan, jumlah IM3 yang dijual, biaya karyawan bagian penjualan dan target IM3 yang dijual selama 2 tahun.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pelaksanaan Audit Operasional Untuk menilai Efektifitas Dan Efisiensi Pada Kegiatan Penjualan Kartu Prabayar IM3 Pada PT. Indosat, Tbk

Dalam melaksanakan penugasan audit perlu diadakan perencanaan pendahuluan. Perencanaan suatu pekerjaan merupakan keharusan kalau menghendaki pekerjaan tersebut efektif dan efisien. Tidak ada pemeriksaan yang terlalu kecil sehingga tidak membutuhkan perencanaan sama sekali. Semakin besar tugas audit, semakin banyak pula waktu yang digunakan untuk perencanaan.

Dalam perencanaan pemeriksaan, penulis yang sekaligus bertindak sebagai auditor berusaha untuk memahami dengan sebaik-baiknya mengenai bisnis perusahaan, diantaranya yaitu hal-hal yang berhubungan dengan kegiatan bidang usaha klien, termasuk sifat dan jenis usaha perusahaan, struktur organisasinya, struktur permodalannya, pemasaran distribusi dan lain-lain. Hal ini penulis lakukan dengan berdiskusi atau wawancara dengan personil perusahaan.

Berikut ini adalah *Internal control Questionnaress (ICQ)*, yang digunakan untuk mengevaluasi internal control atas penjualan pada PT. Indosat, Tbk.

Penjelasan tiek mark :

- √ = Ya
- X = Tidak
- = Tidak Relevan

Dari tanya jawab dengan client mengenai prosedur penjualan dan pencatatan piutang sebelum penulis menyimpulkan dapat diambil garis besar sistem dan prosedur penjualan dan pencatatan piutang pada PT. Indosat, Tbk

1. Pesanan dari pelanggan (Purchase Order) didapat dari penjual atau melalui facsimile yang masuk.
2. Berdasarkan order pembelian tersebut, manajer penjualan membuat Sales Contract (SC) rangkap 2 (dua) yang didistribusikan :
Lembar ke-1 untuk pelanggan.
Lembar ke-2 untuk arsip.
3. Setelah SC disetujui pelanggan maka lembar ke-2 dikirim ke bagian administrasi penjualan.
4. Berdasarkan SC dibuat Surat Intruksi Pengiriman (SIP) rangkap 3 (tiga) yang akan didistribusikan sebagai berikut :
Lembar ke-1 untuk bagian operasional.
Lembar ke-2 untuk manajer keuangan dan akuntansi.
Lembar ke-3 untuk arsip.
5. kemudian ke tiga surat intruksi tersebut dimintakan persetujuan dari manajer penjualan.
6. Berdasarkan SIP tersebut bagian operasional mempersiapkan barang kelengkapan dokumen seperti certificate of analyse, *Sertificate of Origin*, SKAB (Surat Keterangan Asal Barang), B/L dan dokumen-dokumen pendukung lainnya.
7. Kemudian barang tersebut dikirim kepada pembeli dengan menyerahkan B/L yang dibuat rangkap 3.
8. B/l tersebut di cap dan ditandatangani oleh pembeli setelah barang diterima dengan lembar ke-1 untuk si pembeli.
9. Sedangkan lembar ke-2 dan lembar ke-3 dibawa kembali untuk diserahkan ke bagian akuntansi untuk dicocokkan dengan faktur dan pencatatan kedalam kartu persediaan, kartu piutang dan buku penjualan.
10. Berdasarkan lembar ke-3 B/L dan yang kembali juga berdasarkan sertifikat of analyse dibuatkan faktur penjualan rangkap 3 (tiga) untuk penagihanoleh bagian keuangan yang nantinya lembar ke-1 dan B/L ke-2 dikirimkan ke pembeli, sedangkan lembar ke-2 untuk manajer akuntansi, dan lembar ke-3 untuk arsip.

Dari hasil evaluasi struktur pengendalian intern atas penjualan yang telah dilakukan dengan cara menguankan daftar pertanyaan (*Questionnaire*) dan berdasarkan penjelasan narative atas sistem prosedur penjualan, piutang, dan penerimaan kas, maka auditor dapat menyimpulkan bahwa secara keseluruhan struktur pengendalian intern pada PT. Indosat, Tbk cukup baik dan tidak diidentifikasi suatu resiko kesalahan yang material.

Untuk mengetahui efektif atau tidaknya internal control yang dilakukan perusahaan maka penulis akan menyajikan program pengujian kepatuhan (*compliance test*) atas hasil penjualan.

4.2 Evaluasi pelaksanaan Penjualan Kartu Prabayar IM3 Pada PT. Indosat, Tbk

Prosedur kegiatan penjualan kartu prabayar PT. Indosat Tbk adalah :

1. Bagian penjualan dibantu oleh bagian promosi membuat iklan produk untuk dapat dilihat oleh pelanggan sehingga pelanggan tertarik untuk memakai produk tersebut
2. Produk kartu prabayar IM3 disebarakan ke galeri-galeri Indosat diseluruh Indonesia.
3. Produk kartu prabayar IM3 dipromosikan secara langsung kepada calon pelanggan oleh petugas yang bersangkutan yang ada di galeri Indosat.
4. Setelah produk tersebut dipromosikan secara langsung, maka keputusan ada pada calon pelanggan apakah tertarik pada produk tersebut.
5. Jika calon pelanggan tertarik akan produk kartu prabayar IM3, maka calon pelanggan harus mengisi aplikasi yang diberikan oleh petugas bersangkutan yang ada di galeri Indosat dengan mengisi formulir yang telah ada.
6. Apabila calon pelanggan telah mengisi formulir, maka petugas harus memverivikasi data pelanggan dengan menginput data pelanggan ke dalam system data pelanggan.
7. Apabila formulir IM3 itu diterima dan disahkan oleh petugas galeri, maka kartu prabayar IM3 dapat diberikan kepada pelanggan dengan masa pra aktivasi selama 1 hari, setelah waktu pra aktivasi maka pemakai bisa memakai kartu prabayar IM3.

Promosi sebagai salah satu alat komunikasi perusahaan, olah, karena itu PT. Indosat, Tbk menggunakan media promosi sebagai cara untuk dapat meraih pelanggan dalam pangsa pasar.

Dalam dunia pemasaran kegiatan memperkenalkan produk, meyakinkan kembali manfaat produk pada pembeli, lazim disebut kegiatan promosi. Promosi dapat dilakukan secara langsung atau melalui media komunikasi.

Untuk mengatasi persaingan, PT. Indosat, Tbk mencoba meningkatkan kualitas produk yang baik agar tidak kalah dengan perusahaan yang telah maju. Sasaran dari promosi ini ditujukan kepada konsumen sevara langsung agar dapat meningkatkan penjualan.

Unit Penjualan PT. Indosat, Tbk melakukan kegiatan promosi dengan berbagai jenis media yang dipakai dalam memperkenalkan produk yang ditawarkan oleh perusahaan, antara lain :

a. Spanduk

Pemasangan ini dilakukan ditempat dimana produk yang ditawarkan bisa didapatkan.

b. Majalah atau Surat Kabar

Hal ini dilakukan melalui media masa yang telah dikenal masyarakat luas.

c. Kalender yang diberikan kepada masyarakat

Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui produk-produk yang dihasilkan PT. Indosat, Tbk

d. Pada pameran-pameran

Usaha tersebut merupakan suatu usaha sales promotion agar masyarakat luas mengetahuinya.

e. Media Elektronik

Kegiatan promosi ini dilakukan melalui TV-TV Swasta (RCTI, SCTV, INDOSIAR, ANTV dan TPI).

Adapun rincian biaya yang dikeluarkan untuk membiayai kegiatan promosi adalah sebagai berikut :

Tabel 1

Rincian Biaya Promosi dan hasil Penjualan

Tahun	Media Promosi	Biaya	Penjualan
2015	Periklanan	Televisi	300.000.000
		Surat Kabar	157.643.000
	Jumlah	457.643.000	1.694.033.000.000
2016	Periklanan	Televisi	400.000.000
		Surat Kabar	185.710.000
	Jumlah	585.710.000	1.640.287.000.000

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil penjualan PT. Indosat Tbk dari tahun 2015 dan 2016 mengalami penurunan sebesar 1,03%. Hal ini disebabkan karena adanya persaingan yang ketat antara operator-operator selular di Indonesia (Telkomsel, XL, Bakrie Telecom dan lain-lain), perpindahan dari GSM ke CDMA dengan tarif yang lebih murah.

Setelah melakukan survey pendahuluan, maka tahap selanjutnya adalah pemeriksaan mendalam. Pada tahap ini auditor melakukan penilaian dan mengevaluasi bahan bukti dan informasi yang mendukung serta mengajukan temuan, kesimpulan dan rekomendasi. Dalam tahap ini, penulis melakukan pemeriksaan mendalam dan evaluasi atas kebijakan manajemen serta melakukan beberapa analisa yang dapat digunakan untuk menilai tingkat efisiensi dan efektivitas operasional perusahaan seperti mengevaluasi atas kebijakan penjualan.

Tujuan dari evaluasi atas kebijakan penjualan adalah untuk menilai tingkat efisiensi dan efektivitas kebijakan manajemen atas penjualan, maka penulis melakukan perbandingan antara biaya penjualan yang terdiri dari biaya promosi, biaya transport, biaya telepon, dan biaya penjualan dengan penjualan bersih. Berikut ini adalah tabel untuk menganalisa efisiensi biaya penjualan terhadap hasil penjualan tahun 2015 dan pada PT. Indosat, Tbk :

Tabel 2

Analisa Efisiensi Biaya Penjualan Terhadap Hasil Pendapatan Bersih Setelah Penjualan Tahun 2015 dan 2016

Tahun	Biaya Penjualan	Pendapatan Bersih Setelah Penjualan	Standar Efisiensi	% Biaya atas Penjualan
2015	Rp. 457.643.000	Rp. 1.694.033.000.000	0,38%	0,027%
2016	Rp. 585.710.000	Rp. 1.640.287.000.000	0,38%	0,036%

Sumber : PT. Indosat Tbk.

Berdasarkan tabel diatas dapat di ambil kesimpulan bahwa pendapatan bersih setelah penjualan dibandingkan dengan biaya penjualan tahun selama 2 tahun cukup efisiensi. Standar efisiensi ini ditetapkan oleh perusahaan dengan cara persentase biaya atas penjualan dibawah nilai standar efisiensinya. Hal ini disebabkan karena adanya kenaikan gaji karyawan dari tahun sebelumnya.

Untuk melihat tingkat efektivitas suatu kebijakan dari penjualan PT Indosat Tbk maka penulis menggunakan perbandingan hasil penjualan dengan target penjualan tiap tahun. Perusahaan dikatakan efektif apabila persentase hasil di atas target penjualan diatas standar efektivitasnya.

Tabel 3

Analisa Efektivitas Hasil Penjualan Terhadap Target Penjualan Tahun 2015 dan 2016

Tahun	Hasil Pendapatan Bersih Setelah Penjualan	Target Pendapatan Bersih Setelah Penjualan	Standar Efektifitas	% hasil atas Target Penjualan
2015	Rp. 1.694.033.000.000	Rp. 1.701.540.000.000	97%	99,56%
2016	Rp. 1.640.287.000.000	Rp. 1.642.931.000.000	97%	99,84%

Sumber : PT Indosat Tbk.

Dari table diatas dapat disimpulkan bahwa target pendapatan bersih setelah penjualan dibandingkan dengan hasil pendapatan bersih penjualan selama 2 tahun sudah efektif. Standar efektivitas ini ditetapkan perusahaan dengan cara persentase hasil atas target penjualan diatas nilai standar efektivitasnya. Hal ini disebabkan karena perusahaan memberikan tarif yang cukup bersaing melalui program smsnya dan fitur yang canggih kepada pelanggannya seperti GPRS, MMS, M3-Access, transfer pulsa dan lain sebagainya

Berikut ini analisa untuk membandingkan jumlah IM3 yang di jual kepada pelanggan dengan biaya karyawan untuk tahun 2015 dan 2016 terdiri dari :

Tabel 4

Analisa Efisiensi Biaya Karyawan dan Total Pendapatan Penjualan Kartu IM3 Tahun 2015 dan 2016

Tahun	Total Pendapatan Penjualan Kartu IM3	Biaya Karyawan bagian Penjualan	Standar Efisiensi	% Biaya Terhadap Total Pendapatan Penjualan
2015	Rp. 457.643.000	Rp. 1.694.033.000.000	0,38%	0,027%
2016	Rp. 585.710.000	Rp. 1.640.287.000.000	0,38%	0,036%

Sumber : PT Indosat Tbk.

Berdasarkan table diatas, penulis mengambil kesimpulan bahwa total pendapatan penjualan kartu IM3 dibandingkan dengan biaya karyawan bagian penjualan selama 2 tahun cukup efisien. Standar efisiensi ditetapkan oleh perusahaan dengan cara persentase biaya terhadap total pendapatan penjualan dibawah nilai standar efiseinsinya. Hal ini disebabkan karena adanya kenaikan gaji karyawan bagian penjualan sesuai dengan ketentuan UMR pemerintah dan adanya penambahan karyawan bagian penjualan.

Untuk mengetahui seberapa efektifnya SDM bagian penjualan maka penulis menggunakan perbandingan jumlah IM3 yang terjual dengan jumlah IM3 yang dijual kepada pelanggan selama tahun 2015 dan 2016. Berikut ini merupakan tabel untuk menganalisa efektivitas SDM bagian penjualan yaitu

Tabel 5

Analisa Efektivitas Jumlah IM3 yang Terjual Kepada Pelanggan Terhadap Target Jumlah IM3 yang Dijual Kepada Pelanggan Selama Tahun 2015 dan 2016

Tahun	Jumlah IM3 yang Terjual	Target IM3 yang Terjual	Standar Efektifitas	% Realisasi atas Target Jumlah IM3
2015	520.145	790.765	63%	65,78%
2016	627.763	856.917	63%	73,29%

Sumber : PT Indosat Tbk

Dari tabel diatas terlihat bahwa target IM3 yang terjual dibandingkan dengan jumlah IM3 yang terjual selama 2 tahun sudah efektif. Standar efektivitas yang ditetapkan oleh perusahaan dengan cara presentase realisasi atas target jumlah IM3 diatas nilai standar efektivitasnya. Hal ini disebabkan karena perusahaan semakin gencar dalam melakukan kegiatan promosinya dengan cara memberikan tarif sms yang lebih murah.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis terhadap PT Indosat Tbk, atas kegiatan penjualan kartu prabayar IM3 dengan menggunakan teknik pemeriksaan seperti wawancara dengan pihak manajemen perusahaan, observasi dan penganalisaan efektivitas dan efisiensi penjualan kartu prabayar IM3, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Audit operasional yang dilakukan oleh penulis dalam menilai efektivitas dan efisiensi pada kegiatan penjualan kartu prabayar IM3 di PT Indosat Tbk dengan cara menilai efisiensi, penulis membandingkan biaya-biaya aktual penjualan terhadap pendapatan bersih penjualan dan jumlah IM3 yang terjual dengan biaya karyawan bagian penjualan. Sedangkan untuk menilai efektivitas penulis membandingkan pendapatan bersih penjualan dengan target pendapatan bersih penjualan dan jumlah IM3 yang terjual dengan target IM3 yang dijual selama 2 tahun dari tahun 2015 dan 2016
2. Hasil analisa efektivitas dan efisiensi kegiatan penjualan kartu prabayar IM3 pada PT. Indosat Tbk yaitu :

- a. Efisiensi bagian penjualan selama 2 tahun cukup efisien karena persentase biaya penjualan lebih kecil dari nilai standar efisiensinya. Hal ini disebabkan karena adanya kenaikan biaya promosi dan biaya gaya gaji karyawan dari tahun sebelumnya. Sedangkan SDM bagian penjualan selama 2 tahun cukup efisien karena berdasarkan persentase biaya terhadap penjualan lebih kecil dari nilai standar efisiensinya. Hal ini disebabkan karena adanya kenaikan gaji karyawan bagian penjualan sesuai dengan ketetapan UMR pemerintah dan adanya penambahan karyawan bagian penjualan.
- b. Efektivitas bagian penjualan
 Hasil pendapatan bersih setelah penjualan terhadap target pendapatan bersih setelah penjualan selama 2 tahun sudah efektif yaitu persentase hasil atas target penjualan lebih besar dari nilai standar efektivitasnya. Hal ini disebabkan karena perusahaan memberikan tarif yang cukup bersaing melalui program smsnya dan fitur yang canggih kepada pelanggannya seperti GPRS, MMS, M3-Access, transfer pulsa dan lain sebagainya. Sedangkan jumlah IM3 yang terjual tahun 2015 dan 2016 sudah efektif dimana persentase realisasi atas target jumlah IM3 lebih besar dari standar efektivitasnya. Hal ini disebabkan karena jumlah kartu prabayar IM3 meningkat daripada targetnya dengan tahun lalu.

Saran

Berdasarkan perumusan masalah dan kesimpulan yang telah diambil maka penulis memberikan saran yang dapat diusulkan pada pihak manajemen yaitu :

1. Agar PT. Indosat Tbk memperoleh pendapatan lebih banyak dari penjualan kartu prabayar IM3 maka sebaiknya kegiatan promosi tentang produk IM3 lebih di tingkatkan dengan memberikan inovasi terbaru pada produk IM3, sehingga pelanggan IM3 semakin bertambah.
2. Untuk mengurangi biaya penjualan seperti biaya transport, sebaiknya perusahaan lebih baik menyewa kendaraan daripada menggunakan kendaraan sendiri, karena perusahaan tidak perlu mengeluarkan tambahan biaya seperti biaya pemeliharaan dan biaya depresiasi sehingga akan lebih efisien.
3. Perusahaan harus semakin meningkatkan SDM dengan terus memberikan pelatihan pada karyawan agar mereka semakin berkualitas sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas SDM bagian penjualan.
4. Perusahaan harus melakukan penilaian kerja dan memberikan suatu penghargaan pada karyawan karena dengan kegiatan itu para karyawan semakin termotivasi untuk bekerja lebih baik sehingga tujuan yang diinginkan dapat tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvin A. Arens dan Loebbecke, (2001), Auditing : Pendekatan Terpadu :Adaptasi oleh Amir Abadi Yusuf, Jakarta : Salemba Empat,
- Alvin A. Arens, Randal J. Elder dan Mark S. Baesley, (2003), Auditing and Integrated Approach, New Jersey : The Prentice Hall International Inc.
- Amin Widjaja Tunggal, (2001), Audit Operasional (Suatu Pengantar), Edisi I, Jakarta : Harvarido.
- Amin Widjaja Tunggal, (2006), Audit Operasional (Suatu Pengantar), Edisi I, Jakarta : Harvarido.
- Basu Swastha, Ibnu Sukotjo, (2000), (Pengantar Bisnis Modern), Edisi Ketiga, Yogyakarta : Liberty.
- Grant Stewart,(2001), Manajemen Penjualan “Kiat membentuk tim yang tangguh”, Jakarta : Erlangga.
- Griffin W. Ricky & Ronald J. Ebert, (2006), Bisnis, Terjemahan Benyamin Molan, Jakarta : Prenhallindo.
- Henry Simamora, (2002), Auditing, Jilid I, Jakarta : UPP YKPN.
- Indra Bastian, (2003), Audit Sektor Publik, Edisi I Jakarta : Visi Global Media.

Evaluasi Audit Operasional untuk Menilai Efisiensi dan Efektivitas Kegiatan Penjualan Kartu Prabayar IM3 pada PT. Indosat Tbk. (Merintan B. Simbolon)

Mulyadi, (2002), Auditing, Buku I, Edisi 6, Jakarta : Salemba Empat.

Philip Kotler, (2000), Manajemen Pemasaran, Jilid I, New Jersey : Prentice Hall.

Siswanto Sutojo, (2002), Manajemen Penjualan, Edisi I, Jakarta : Erlangga.

Sukrisno Agoes, (2004), Auditing (Pemeriksaan Akuntan) oleh Kantor Akuntan Publik, Edisi ketiga, Jilid I, Jakarta : Lembaga Penerbit FE – UI.

Warren Kurzrock, (2001), Manajemen Penjualan (Ahli Strategi Penjualan), Batam : Interaksa.

William C. Boynton and Walker G. Kell, (2001), Modern Auditing, New York : John Wiley and Sons