

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan era revolusi 4.0 menuntut setiap perusahaan untuk terus berinovasi dibidang teknologi, salah satunya dengan melakukan penjualan *online* atau yang biasa disebut dengan *e-commerce* yang kini banyak diminati oleh masyarakat. Adanya penjualan *online* bukanlah pengganti penjualan *offline*, dan juga bukan hanya sistem penjualan yang menggunakan saluran dengan proses lebih cepat atau lebih baru. Penjualan *online* merupakan sebuah pendekatan penjualan dalam bentuk baru dengan memanfaatkan revolusi teknologi dan menciptakan cara baru dalam menjual suatu produk dan jasa (Kenneth, 2008, h. 10). Proses penjualan *online* dimulai dari pelanggan mengakses dan melakukan pemilihan produk hingga pada saldo yang tertampung di *marketplace* masuk ke rekening perusahaan. Penjualan *online* memiliki karakteristik yang berbeda dengan penjualan *offline*, penjualan *online* tidak memberikan batasan seseorang dalam melakukan transaksi. Selain itu, dapat juga dilakukan secara *virtual* yang tidak menuntut penjual dan pembeli untuk bertemu dan berkomunikasi langsung.

Dengan penjualan *online* atau *e-commerce* pebisnis kecil, menengah, dan individu dapat memasarkan produknya hingga ke mancanegara. Penjualan *online* mulai marak di Indonesia pada tahun 1990-an dan banyak pelaku usaha yang diuntungkan dengan munculnya sistem penjualan *online*. Perilaku konsumtif dari puluhan juta orang di Indonesia terhadap penggunaan teknologi yang melandasi penjualan *online* di Indonesia semakin berkembang. Namun perkembangannya kini tidak diragukan lagi, bahkan menjadi pemicu bagi semua pelaku bisnis untuk bersaing agar perusahaannya tetap eksis di dunia bisnis dengan cara memaksimalkan performa perusahaan dan mempertahankan sistem pengendalian internalnya. Di sisi lain, tidak semua pelaku bisnis dapat mengaplikasikan sistem pengendalian internal yang tepat dan sesuai untuk perusahaannya.

Ardianingsih (2018, h. 40) mengungkapkan bahwa pengendalian internal merupakan sebuah sistem yang dibuat oleh perusahaan dalam mengatur segala aktivitas di dalamnya untuk mencapai tujuan perusahaan. Sistem pengendalian internal yang efektif dan efisien adalah dasar penting dalam tata kelola perusahaan yang baik. Akan timbul risiko penurunan performa perusahaan apabila perusahaan tidak memiliki pengendalian internal yang baik, seperti yang saat ini banyak dialami perusahaan retail.

Beberapa pedoman yang menjadi acuan telah dikembangkan untuk membantu perusahaan, salah satunya adalah *Committee of Sponsoring Organization* (COSO). COSO (2013, h. 2) mengungkapkan bahwa kerangka COSO dirancang untuk digunakan oleh organisasi untuk menilai efektivitas sistem pengendalian internal untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan manajemen. Komponen pengendalian internal menurut COSO meliputi: lingkungan pengendalian, penilaian risiko, aktivitas pengendalian, informasi dan komunikasi, serta pemantauan. Lathifah (2021, h. 11) berpendapat mengenai aktivitas pengendalian merupakan tindakan yang ditetapkan dengan prosedur dan kebijakan untuk meyakinkan bahwa manajemen telah mengarah untuk memitigasi risiko dalam rangka pencapaian tujuan. Aktivitas pengendalian kini bisa dilakukan secara manual dan otomatis, contohnya verifikasi, aktivitas otorisasi dan persetujuan, serta rekonsiliasi.

Penjualan *online* atau *e-commerce* memberikan banyak perubahan terhadap pengendalian internal perusahaan. Dampak nyata yang dirasakan ada pada sistem pencatatan penjualan. Jika dulu proses pencatatan menggunakan sistem manual, kini beralih menggunakan sistem komputer. Selain itu, pemakaian biaya untuk memasarkan produk menjadi lebih rendah, serta informasi atau data-data transaksi penjualan lebih akurat, sehingga sewaktu-waktu jika ingin mengecek kondisi keuangan dan data-data lain yang diperlukan dapat dilakukan. Dengan menggunakan sistem yang baik, maka perusahaan bisa mencegah kecurangan-kecurangan yang mungkin akan terjadi..

Penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT YOI Surabaya. PT YOI merupakan perusahaan yang sudah berdiri sejak tahun 2019 dan bergerak

dibidang alat kesehatan yang menjual berbagai macam barang, seperti masker medis, timbangan badan, kruk, *underpad*, kursi roda, speculum hidung, thermometer, tensimeter, kursi BAB, alat cek gula darah beserta stripnya, dan ranjang pasien beserta matrasnya. Saat itu PT YOI belum terlalu dikenal masyarakat luas, hingga pada akhirnya perusahaan tersebut melakukan penjualan secara *online* seperti *Shopee*, *Tokopedia*, *Lazada*, dan *Instagram*.

Selain dikenal luas oleh masyarakat, penjualan dan laba yang diterima oleh PT YOI saat ini lebih banyak diterima melalui penjualan *online* daripada *offline*. Pada penjualan *offline*, jangkauan pembeli dari PT YOI lebih banyak pada kalangan menengah ke bawah. Namun dengan adanya penjualan *online* atau *e-commerce* ini, penjualan dari perusahaan dapat menjangkau semua kalangan secara menyeluruh. Tidak hanya penjualan *online* dan laba meningkat saja yang membantu kesuksesan PT YOI, adanya dukungan dari aktivitas sistem pengendalian yang baik juga membantu kesuksesannya, salah satunya dari pemisahan tugas yang di terapkan. Tujuannya agar tidak timbul kesalahan saat melakukan proses penjualan *online*. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut ke dalam penelitian dengan judul Analisis Aktivitas Pengendalian Sistem Penjualan *Online* pada PT YOI.

1.2 Ruang Lingkup

Penulisan laporan ini berdasarkan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang dilaksanakan di PT YOI Surabaya dengan masa PKL yang terhitung sejak tanggal 24 Januari 2022 – 28 April 2022. Ruang lingkup dari laporan ini berfokus pada sistem pengendalian internal yaitu aktivitas pengendalian sistem dari penjualan *online* pada PT YOI, dimulai dari awal pelanggan melakukan pemesanan sampai masuknya saldo pelunasan dari penjualan *online* ke rekening bank perusahaan.

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Penulisan tugas akhir ini ditulis dengan tujuan:

- a. Mengetahui dan menganalisa bagaimana aktivitas pengendalian sistem dari penjualan *online* yang terjadi di PT YOI.

1.4 **Manfaat Laporan Tugas Akhir**

1.4.1 Manfaat Bagi Penulis

- a. Mendapatkan dan mempelajari ilmu mengenai pengoperasian dan pengiputan data-data dari *e-commerce*.
- b. Mempelajari dan mengetahui bagaimana sistem pengendalian internal terjadi di dunia nyata.

1.4.2 Manfaat Bagi PT YOI

- a. Sebagai bahan evaluasi dan referensi untuk memperbaiki aktivitas pengendalian sehubungan dengan pemisahan tugas yang sebagaimana mestinya diterapkan hingga nilai mutu pelayanan meningkat.

1.4.3 Manfaat Bagi Program Studi Akuntansi D-III

- a. Menambah wawasan serta sebagai referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan kajian yang sehubungan dengan topik pengendalian internal.

1.5 **Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam laporan tugas akhir ini sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan mengenai latar belakang dari topik yang akan dibahas beserta alasan pemilihan topik tersebut, ruang lingkup dari topik yang akan dibahas, tujuan penulisan laporan tugas akhir, dan juga manfaat dari laporan tugas akhir ini.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi teori-teori yang digunakan sebagai dasar untuk menunjang penelitian berkaitan dengan topik yang dibahas dalam laporan tugas akhir ini. Teori yang digunakan adalah teori dasar *e-commerce*, kelebihan dan kekurangan *e-commerce*, karakteristik *e-commerce*, dan pengendalian internal.

3. BAB III GAMBARAN UMUM

Menjelaskan mengenai gambaran umum perusahaan tempat Praktik Kerja Lapangan (PKL) dan penjelasan rinci mengenai *job description* selama proses praktik kerja lapangan berlangsung.

4. **BAB IV PEMBAHASAN**

Menjelaskan mengenai pemaparan secara rinci terkait hasil pengamatan terhadap aktivitas kerja dengan menggunakan landasan teori yang telah dipilih.

5. **BAB V KESIMPULAN dan SARAN**

Berisi kesimpulan mengenai topik dan penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran yang membangun bagi perusahaan yang diharapkan dapat memecahkan permasalahan yang dihadapi dan bermanfaat untuk masa mendatang.