

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I. 1. Latar Belakang Masalah

Masalah yang selalu dihadapi perusahaan adalah bagaimana agar perusahaan dapat beroperasi seefisien mungkin, sehingga dapat mencapai keuntungan yang maksimal, dimana keuntungan tersebut merupakan tujuan utama setiap perusahaan disamping kelangsungan hidup perusahaan.

Upaya perusahaan dalam mencapai tujuannya bertumpu pada pengendalian internal perusahaan itu sendiri. Pengendalian internal perusahaan pada dasarnya mencapai tujuan menjaga aktiva atau harta perusahaan, memperoleh laporan keuangan yang dapat diandalkan, meningkatkan efektifitas dan efisiensi operasi perusahaan, dan mendorong akan kepatuhan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku.

Pengendalian internal ini tidak boleh hanya dilakukan oleh pimpinan perusahaan saja, karena pimpinan perusahaan telah mempunyai tugas dan tanggung jawab tersendiri terhadap perusahaan. Pada perusahaan yang masih kecil dan dimiliki perseorangan, pimpinan masih mampu mengawasi secara langsung semua kegiatan perusahaan. Tetapi tidak dengan perusahaan besar, biasanya pimpinan pada perusahaan besar akan dibantu oleh internal auditor dalam hal menangani pengendalian internal.

PT. Coca Cola Bottling Indonesia-Medan merupakan sebuah perusahaan pembotolan yang mampu bergerak dalam bidang minuman ringan

(*soft drink*). Adapun minuman yang diproduksi adalah Coca Cola, Sprite, Sprite Ice, Fanta Strawberry, Fanta Creamy, Fanta Orange, Fanta Fruit Punch, Fanta Pineapple, Fanta Electric Melon, Fanta Orango dan Frestea, Mengingat begitu banyaknya produk yang dikeluarkan oleh PT. Coca Cola Bottling Indonesia-Medan, maka penulis hanya memfokuskan pada produk Frestea.

Berikut data volume penjualan tahunan untuk produk Frestea (dalam satuan unit)

**Tabel 1. 1**  
**Data Volume Penjualan Frestea Tahun 2000-2004**  
**(Dalam Satuan Unit)**

<b>Tahun</b>	<b>Volume Penjualan Frestea</b>	<b>Percent</b>
2000	431. 694	0 %
2001	521. 168	20 %
2002	566.413	8,7 %
2003	523. 054	10 %
2004	704. 051	13 %

Sumber. PT. Coca Cola. Bottling Indonesia-Medan

Dari data di atas dapat kita lihat, volume penjualan meningkat pada setiap tahunnya. Dari tahun 2000 ke tahun 2001, penjualan meningkat sebesar 20 %. Dari tahun 2001 ke tahun 2002, volume penjualan meningkat 8,7 %. Dari tahun 2002 ke tahun 2003, volume penjualan meningkat 10 %. Dari tahun 2003 ke tahun 2004, volume penjualan meningkat 13 %.