

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam kehidupan ini, manusia dihadapkan pada peristiwa-peristiwa yang mempunyai faktor risiko dan faktor ketidakpastian yang mungkin akan timbul di masa yang akan datang yang tidak dapat diramalkan sebelumnya dan tidak terdapat kesengajaan. Karena tiap orang dihadapkan pada masalah yang tidak dapat diperhitungkan secara pasti atas beban hidupnya sendiri, maka manusia tersebut berada dalam keadaan tidak tenang karena tidak mengetahui secara pasti peristiwa-peristiwa apa yang akan dihadapinya.

Berbagai upaya dilakukan manusia untuk mencegah dan menghindari faktor risiko dan faktor ketidakpastian tersebut, namun faktor-faktor tersebut merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia dan kehidupan bisnis perusahaan. Menyadari hal tersebut di atas, manusia mengharapkan adanya suatu perlindungan dan sedapat mungkin memperkecil risiko atas suatu kejadian yang dapat terjadi di masa yang akan datang yang disebabkan oleh faktor-faktor tersebut, maka timbul suatu pemikiran dari sekelompok orang tertentu untuk membentuk suatu organisasi yang berorientasi pada masalah tersebut, yang kemudian dikenal dengan nama Asuransi.

Perkembangan dunia bisnis di bidang jasa asuransi dewasa ini berjalan cukup pesat. Berbagai upaya dilakukan suatu perusahaan supaya dapat bersaing

dengan perusahaan yang lain. Beberapa perusahaan asuransi berupaya untuk memodifikasi produk yang ditawarkan supaya dapat diterima oleh masyarakat, bahkan ada juga yang mendirikan kantor cabang yang dalam kegiatan usahanya memegang prinsip-prinsip syari'ah. Usaha selanjutnya yang dilakukan suatu perusahaan dalam rangka mencapai tujuan utama yaitu memperoleh laba semaksimal adalah dengan optimalisasi pemasaran. Pemasaran merupakan aktivitas utama dalam setiap perusahaan, karena dari aktivitas inilah tujuan perusahaan yang paling utama yaitu memperoleh keuntungan (laba) dapat dicapai, dan dari aktivitas ini pula kesempatan untuk melakukan kecurangan yang akan mengakibatkan kerugian sangat besar. Karena itulah dalam aktivitas ini diperlukan suatu pemeriksaan yang memadai untuk menilai kinerja pemasaran.

Dalam kegiatan pemasaran untuk mencapai laba yang maksimum, perusahaan harus mempunyai prosedur pemasaran yang mendukung tujuan perusahaan tersebut, mengingat begitu banyaknya persaingan dengan menawarkan berbagai kemudahan dalam pemasaran. Tujuan akhir dari suatu perusahaan adalah untuk dapat mempertahankan laba yang diperoleh, agar perusahaan dapat berkembang menjadi perusahaan yang besar. Pada perusahaan asuransi, laba akan diperoleh dengan pengumpulan premi semaksimal mungkin, karena premi merupakan sumber pendapatan utama pada perusahaan asuransi.

Pada pelaksanaannya, kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan asuransi tentunya tidak terlepas dari hambatan-hambatan baik dikarenakan keterbatasan pengetahuan ataupun tingkat pemahaman masyarakat mengenai asuransi itu sendiri, maupun hambatan-hambatan lain yang timbul akibat adanya

penyelewengan oleh oknum agen pemasaran suatu perusahaan asuransi. Seperti yang dikutip dari surat kabar Priangan tanggal 4 November 2008, bahwa jumlah tunggakan premi yang harus dibayar oleh perusahaan peserta Jamsostek di Wilayah Priangan Timur meliputi Garut, Tasikmalaya, Ciamis, Banjar dan Sumedang hingga tahun 2008 mencapai Rp. 3 Miliar. Oleh karena itu, PT. Jamsostek Wilayah Priangan Timur mengadakan kerjasama di bidang hukum perdata dan tata usaha dengan Kejaksaan Negeri Garut. Kerjasama tersebut bertujuan untuk memperoleh bantuan hukum maupun pertimbangan hukum terutama untuk menyelesaikan tunggakan dari pihak kedua atau perusahaan peserta Jamsostek. Dari contoh kasus di atas, dapat disimpulkan bahwa untuk mengoptimalkan pemasaran, diperlukan suatu perencanaan yang matang serta cara-cara pengendaliannya, karena kedua-duanya merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lainnya. Tanpa ada perencanaan maka tidak ada dasar untuk mengadakan pengendalian, oleh karena itu pengendalian sangat dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Perkembangan suatu perusahaan kerap kali mengakibatkan pimpinan perusahaan tidak dapat mengontrol seluruh aktivitas perusahaan. Oleh karena itu pimpinan perlu membuat prosedur-prosedur ataupun ketentuan-ketentuan khusus yang dapat mengatur dan mengatasi masalah dalam aktivitas perusahaan terutama dalam kegiatan pemasaran yang merupakan ujung tombak dari suatu perusahaan, salah satunya dikarenakan pada bagian pemasaran ini sangat rawan akan terjadinya penyelewengan atau kecurangan, maka diperlukan adanya suatu pemeriksaan yang disebut dengan audit operasional.

Dalam tahap implementasi peranan pimpinan adalah menjadikan laporan audit operasional tersebut sebagai bahan evaluasi dan sebagai dasar pengambilan keputusan mengenai penetapan kebijakan selanjutnya, memberikan perhatian dengan memberikan dukungan yang positif baik yang berupa kebijakan-kebijakan yang menunjang terciptanya pengendalian pemasaran yang memadai, maupun berupa moril ataupun materil terhadap para karyawan dalam menjalankan tanggung jawab demi tercapainya tujuan perusahaan. Sebagaimana dikatakan Sheila Cane yang dialih bahasa oleh, Martin Widjokongko (1998:247), bahwa komunikasi dan dukungan sangat diperlukan dalam membantu karyawan dalam menjalankan tanggungjawab yang dipegangnya. Sehingga dengan adanya dukungan pimpinan tersebut diharapkan dapat meningkatkan kinerja bagian pemasaran.

Di bawah ini diuraikan mengenai perbedaan penelitian yang sudah dilakukan terlebih dahulu dengan rencana penelitian yang dapat dijadikan acuan bagi peneliti dalam kaitannya dengan judul yang akan diteliti:

Tabel 1.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu
Dengan Penelitian Yang akan dilakukan

No	Peneliti,Tahun,Tempat	Persamaan	Perbedaan	Sumber
1	Dhaelani Muntah (2006) PT. INTI Bandung	a)Variabel penelitian pemeriksaan operasional	a)Variabel penelitian dukungsn pimpinan, kinerja bagian pemasaran, kinerja fungsi kepegawaian. b)Alat analisis c)Tempat penelitian	Skripsi pada Diploma III di jurusan Akuntansi Politeknik Pos Indonesia Bandung,

2	Evan Mutaqin Darusalam (2007) PT.PERTAMINA Depot Tasikmalaya	a)Variabel penelitian : dukungan pimpinan b)Alat analisis : Path Analysis	a)Variabel penelitian: pemeriksaan operasional, kinerja bagian pemasaran, auditor internal, <i>auditee</i> , audit SDM. b)Tempat Penelitian	Skripsi pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Unsil- Tasikmalaya,
3	Rizal Farid Arifuddin (2008) Perusahaan Asuransi di Kota Tasikmalaya	a)Variabel penelitian : dukungan pimpinan b)Alat analisis : Path Analysis.	a)Variabel penelitian : pemeriksaan operasional, kinerja bagian pemasaran, pengendalian intern, penerimaan premi.	Skripsi pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Unsil- Tasikmalaya,
4	Yuki Kurniawan (2008) Perusahaan Asuransi di Kota Tasikmalaya	Pengaruh Dukungan Pimpinan dan Audit operasional Terhadap Kinerja Bagian Pemasaran		

Seiring dengan perkembangan dunia usaha khususnya dibidang jasa asuransi di kota Tasikmalaya. Maka penulis melakukan penelitian ini pada perusahaan asuransi yang ada di kota Tasikmalaya, selain itu peneliti juga ingin mengetahui bagaimana audit operasional dan dukungan pimpinan, serta kegiatan pemasaran pada perusahaan asuransi.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai: **“Pengaruh Dukungan Pimpinan dan Audit Operasional Terhadap Kinerja Bagian Pemasaran”**

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun masalah yang dapat diidentifikasi dari uraian diatas adalah sebagai berikut :

- 1) Bagaimana dukungan pimpinan, audit operasional, kinerja bagian pemasaran pada Perusahaan Asuransi yang ada di Tasikmalaya.

- 2) Bagaimana pengaruh dukungan pimpinan dan audit operasional secara simultan terhadap kinerja bagian pemasaran pada perusahaan asuransi yang ada di Tasikmalaya
- 3) Bagaimana pengaruh dukungan pimpinan secara parsial terhadap kinerja bagian pemasaran pada Perusahaan Asuransi yang ada di Tasikmalaya.
- 4) Bagaimana pengaruh audit operasional secara parsial terhadap kinerja bagian pemasaran pada Perusahaan Asuransi yang ada di Tasikmalaya

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari diadakannya penulisan skripsi ini antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui dukungan pimpinan, audit operasional, kinerja bagian pemasaran pada Perusahaan Asuransi yang ada di Tasikmalaya pada Perusahaan Asuransi yang ada di Tasikmalaya.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh dukungan pimpinan dan audit operasional secara simultan terhadap kinerja bagian pemasaran pada perusahaan asuransi yang ada di Tasikmalaya.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh dukungan pimpinan secara parsial terhadap kinerja bagian pemasaran pada perusahaan asuransi yang ada di Tasikmalaya.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh audit operasional secara parsial terhadap kinerja bagian pemasaran pada perusahaan asuransi yang ada di Tasikmalaya

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Penulis berharap agar hasil penelitian yang disajikan untuk tujuan penyusunan karya tulis ini dapat memberi manfaat bagi :

1) Pengembangan Ilmu

Diharapkan dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut dan dapat menambah wawasan mengenai pengaruh dukungan pimpinan dan audit operasional terhadap kinerja bagian pemasaran.

2) Penulis

Dapat menambah gambaran yang lebih jelas dan wawasan pengetahuan terapan mengenai pengaruh dukungan pimpinan dan audit operasional terhadap kinerja bagian pemasaran.

3) Perusahaan

Penulis berharap dapat memberikan bahan masukan yang berguna untuk memperbaiki dan mengembangkan mengenai dukungan pimpinan dan audit operasional dalam rangka menunjang kinerja bagian pemasaran. bagi perusahaan asuransi yang bersangkutan.

4) Masyarakat

Terutama di lingkungan Universitas sebagai bahan bacaan untuk memperluas terapan dari pengetahuan yang dipelajari di bangku kuliah

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian pada perusahaan Asuransi yang ada di kota Tasikmalaya.

1.5.2 Waktu Penelitian

Sedangkan waktu penelitian yang dilaksanakan selama lima bulan. Mulai bulan November 2008 sampai dengan bulan Maret 2009.