

**PENGARUH PEMERIKSAAN MANAJEMEN TERHADAP
EFEKTIVITAS PENJUALAN PT. GRAHA AGUNG KENCANA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Untuk Menyusun Skripsi S-1 Jurusan Akuntansi**



Diajukan oleh :

FITRAH TACHBIRA RIANZA PUTRA
0413010172/FE/EA

**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN AKUNTANSI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2011**

SKRIPSI**PENGARUH PEMERIKSAAN MANAJEMEN TERHADAP
EFEKTIVITAS PENJUALAN PT. GRAHA AGUNG KENCANA**

Diajukan oleh :

FITRAH TACHBIRA RIANZA PUTRA
0413010172/FE/EA

Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Diterima Oleh
Tim Penguji Skripsi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal 24 Juni 2011

Pembimbing Utama :

Tim Penguji
Ketua

Rina Mustika, SE, MMA

Prof. Dr. Soeparlan P.,MM.Ak
Sekretaris

Drs. Ec. Muslimin, MSi
Anggota

Rina Mustika, SE,MMA

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jawa Timur

Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, MM
NIP. 19630924 198903 1001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan limpahan kasihNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna memenuhi salah satu prasyarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dengan judul **“PENGARUH PEMERIKSAAN MANAJEMEN TERHADAP EFEKTIVITAS PENJUALAN PT GRAHA AGUNG KENCANA.”**

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dari beberapa pihak, maka akan sangat sulit bagi penulis untuk dapat menyusun skripsi ini. Sehubungan dengan hal itu, maka dalam kesempatan istimewa ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam mendukung kelancaran penulis skripsi baik berupa dukungan, doa, maupun bimbingan yang telah diberikan. Secara khusus penulis dengan rasa hormat yang mendalam mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof Dr. Ir. Teguh Sudarto, MP, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanudin Nur, SE. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Ec. Rahman A. Suwadi, MS., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dr. Sri Trisnaningsih, SE. MSi., selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Ibu Rina Mustika SE. MM, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam mengerjakan skripsi.
6. Bapak dan Ibu serta staf pengajar Fakultas Ekonomi khususnya Program Studi Akuntansi yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan serta wawasan yang cukup sehingga penulis mampu menyelesaikan kegiatan akademik sampai dengan menyusun skripsi sebagai tugas akhir studi di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

7. Segenap jajaran pengurus dan karyawan PT. Graha Agung Kencana yang telah memberikan bantuan dalam perolehan data yang berkaitan dengan penulisan skripsi ini.
8. Orang Tua dan kakak yang telah memberikan doa dan semangat moril maupun materiil.
9. Semua pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran sangat penulis harapkan guna meningkatkan mutu dari penulisan skripsi ini. Penulisan juga berharap, penulisan skripsi ini dan bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, Juni 2011

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAKSI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Hasil Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori	13
2.2.1. Modal	13
2.2.1.1. Pengertian Modal	13
2.2.1.2. Pemenuhi Kebutuhan Modal	15
2.2.1.3. Biaya Penggunaan Modal	16
2.2.1.4. Sumber-Sumber Penawaran Modal	17
2.2.2. Struktur Modal	21
2.2.2.1. Pengertian Struktur Modal	21
2.2.2.2. Struktur Modal Yang Optimal	23
2.2.2.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi	24
2.2.3. Pengaruh <i>Tangibility of Assets</i> Terhadap Struktur Modal	28

2.2.4. Pengaruh <i>Profitability</i> Terhadap Struktur Modal	30
2.2.5. Pengaruh <i>Firm Size</i> Terhadap Struktur Modal	31
2.2.6. Laporan Keuangan	32
2.2.6.1. Tujuan Laporan Keuangan	32
2.2.7. Rasio Keuangan	33
2.2.7.1. Macam-Macam Rasio Keuangan	33
2.2.7.2. Tujuan Analisa Rasio Keuangan	34
2.3. Kerangka Pikir	34
2.4. Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	38
3.2. Teknik Penentuan Sampel	40
3.2.1. Populasi	40
3.2.2. Sampel	41
3.3. Teknik Pengumpulan Data	42
3.3.1. Jenis Data	42
3.3.2. Sumber Data	43
3.3.3. Pengumpulan Data	43
3.4. Teknik Pengujian Normalitas	43
3.5. Uji Asumsi Klasik	44
3.6. Teknik Analisis Dan Pengujian Hipotesis	46
3.6.1. Teknik Regresi Linier Berganda	46
3.6.2. Uji Hipotesis	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian	48
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian	52
4.2.1. Deskripsi Hasil Penelitian Tangibility of Assets (X1).....	52
4.2.2. Deskripsi Hasil Penelitian Profitability (X2)	54
4.2.3. Deskripsi Hasil Penelitian Firm Size (X3).....	56
4.2.4. Deskripsi Hasil Penelitian Struktur Modal (Y).....	57
4.3. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	59
4.3.1. Hasil Pengujian Normalitas	59
4.3.2. Hasil Pengujian Asumsi Klasik.....	60
4.3.2.1. Multikolinieritas.....	60
4.3.2.2. Heterokedasitas	61
4.3.2.3. Autokorelasi.....	62
4.3.3. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	63
4.3.4. Hasil Pengujian Hipotesis	64
4.3.4.1. Pengujian Simultan (Bersama-sama)	64
4.3.4.2 Hasil Pengujian Parsial (Masing-masing).....	65
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian.....	67
4.5. Persamaan dan Perbedaan Penelitian yang Dilakukan Sekarang Dengan Penelitian Terdahulu	69
4.6. Keterbatasan Penelitian	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1. Kesimpulan.....	72
5.2. Saran	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 efektivitas Penjualan PT. graha Agung Kencana.....	4
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Variabel Perencanaan	50
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Variabel Organisasi	51
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Variabel Pengendalian.....	52
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Efektifitas Penjualan.....	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Perencanaan (X_1) Putaran Ke-1.....	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Perencanaan (X_1) Putaran Ke-2.....	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Perencanaan (X_1) Putaran Ke-3	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Perencanaan (X_1) Putaran Ke-4.....	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Perencanaan (X_1) Putaran Ke-5.....	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Organisasi (X_2) Putaran Ke-1	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Organisasi (X_2) Putaran Ke-2	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Organisasi (X_2) Putaran Ke-3	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Pengendalian (X_3) Putaran Ke-1	58

Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Pengendalian (X_3) Putaran Ke-2	58
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel Efektifitas Penjualan (Y)	59
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 4.18 Nilai VIF	62
Tabel 4.19 Hasil Korelasi Rank Spearman	62
Tabel 4.20 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	63
Tabel 4.21 Nilai F_{hitung}	64
Tabel 4.22 Nilai Koefisien Determinasi	64
Tabel 4.23 Hasil Uji t	66
Tabel 4.24 Rangkuman Perbedaan Penelitian Sekarang dengan Penelitian Sebelumnya.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Tempat Audit Pemasaran dalam Audit Manajemen Menurut Mc. Donald	25
Gambar 2.	Konsep Efektivitas, Efisiensi dan Ekonomisasi.....	30
Gambar 3.	Bagan Kerangka Berpikir.....	33
Gambar 4.	Gambar Distribusi Daerah Keputusan Autokorelasi.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Perencanaan
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Organisasi
- Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Pengendalian
- Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Efektivitas Penjualan
- Lampiran 7 Input Regresi Linier Berganda
- Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

**PENGARUH PEMERIKSAAN MANAJEMEN
TERHADAP EFEKTIVITAS PENJUALAN
PT. GRAHA AGUNG KENCANA**

**Oleh:
Fitrah Tachbira Rianza Putra
0413010172**

Abstraksi

Seiring dengan meningkatnya perkembangan teknologi membawa dampak tidak langsung terhadap persaingan dunia usaha yang semakin ketat. Dengan adanya persaingan yang kompetitif memaksa semua perusahaan untuk dapat bertahan dan berusaha untuk meningkatkan kualitas manajemen perusahaan. Peningkatan kualitas manajemen perusahaan dapat dilakukan dengan diadakannya pemeriksaan manajemen. Pemeriksaan manajemen dirancang untuk menganalisa, menilai, meninjau ulang dan menimbang hasil kerja perusahaan dibandingkan dengan berbagai standar yang telah ditentukan atau pedoman yang telah ditentukan atau pedoman yang telah ditentukan oleh perusahaan. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara penerapan fungsi-fungsi manajemen khususnya pada perencanaan, organisasi dan pengendalian terhadap efektivitas penjualan.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perencanaan (X_1), organisasi (X_2), pengendalian (X_3) dan efektivitas penjualan (Y). Populasi penelitian adalah 28 karyawan PT. Graha Agung Kencana. Penelitian ini menggunakan penelitian sensus yaitu suatu teknik penelitian dimana semua anggota populasi dijadikan sample. Data untuk penelitian ini menggunakan data primer dalam bentuk kuesioner, yang kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian ini "Pemeriksaan manajemen (perencanaan, organisasi dan pengendalian) mempunyai pengaruh positif terhadap efektivitas penjualan", sebagian teruji kebenarannya, karena perencanaan dan organisasi berpengaruh positif terhadap efektivitas penjualan, sedangkan pengendalian tidak berpengaruh terhadap efektivitas penjualan.

Keywords : Pemeriksaan manajemen: Perencanaan, Organisasi, Pengendalian dan Efektivitas Penjualan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, kegiatan dunia usaha dan bisnis di era globalisasi saat ini semakin berkembang pesat, yang secara tidak langsung akan membawa dampak pada banyaknya persaingan dalam dunia usaha dan bisnis, hal tersebut menuntut tiap-tiap negara harus dapat mempertahankan perekonomiannya agar mampu menghadapi persaingan yang semakin ketat. Mengingat kegiatan usaha dan bisnis tersebut akan memberikan manfaat bagi tiap-tiap negara, misalnya berupa devisa.

Indonesia merupakan negara berkembang yang masih memerlukan berbagai upaya untuk dapat merebut pangsa pasar yang “*Go-Internasional*”. Salah satu upaya untuk mencapai hal tersebut dengan cara manajemen pada setiap organisasi harus dapat memenuhi *standard* minimal yang ditetapkan oleh negara lain, sehingga dalam melakukan *eksport* ke berbagai negara tidak menemukan hambatan yang besar.

Seperti kita diketahui bahwa, perekonomian di Indonesia saat ini sedang mengalami *krisis moneter* yang berkepanjangan, sehingga semakin banyak perusahaan yang gulung tikar akibat tingginya biaya proses produksi dan semakin tingginya persaingan, dengan adanya persaingan yang kompetitif memaksa semua perusahaan untuk dapat bertahan dan berusaha

untuk meningkatkan kualitas manajemen perusahaan, dalam menghadapi situasi yang demikian, salah satu cara perusahaan dituntut untuk selalu melakukan inovasi terhadap produk yang akan dijualnya, tanpa mengurangi mutu produk agar dapat meningkatkan pemasarannya.

Hakekatnya setiap perusahaan memiliki sasaran dan tujuan yang sama, yaitu keberhasilan dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya (*going concern*), untuk dapat mencapai tujuan tersebut, perusahaan harus dapat memanfaatkan dan mengelola sumber daya yang ada secara efisien dan efektif, dengan demikian manajemen perusahaan sebagai pengelola perusahaan dituntut untuk menetapkan kebijakan yang dapat menjamin tercapainya suatu tujuan perusahaan tersebut. Tercapainya tujuan perusahaan harus dapat memanfaatkan sumber daya yang ada pada masing-masing perusahaan, dalam hal ini manajemen mempunyai kewajiban untuk menetapkan kebijakan-kebijakan dalam memperoleh, menggunakan dan mengelola sumber daya tersebut.

Adanya persaingan yang terjadi antar perusahaan dalam memasarkan produknya akan mendorong terbentuknya pasar dimana konsumen akan relatif lebih bebas menentukan apa yang akan dibelinya, dalam hal ini perusahaan harus dapat membuat kebijakan agar dapat memproduksi produk yang dibutuhkan konsumen dengan biaya yang terjangkau, sehingga pemasarannya dapat dilakukan lebih mudah.

Pemasaran salah satu peranan yang besar dalam menentukan keberhasilan perusahaan, keberhasilan pemasaran berkaitan erat dengan strategi yang digunakan oleh perusahaan, dengan adanya strategi yang efektif, memungkinkan perusahaan mengungguli pesaing-pesaingnya. Adanya persaingan yang ketat akan mendorong perusahaan untuk terus melakukan inovasi baru agar produk yang dihasilkan dapat meningkatkan penjualannya, yang mana hal tersebut tidak lepas dari peningkatan biaya.

Pemeriksaan manajemen merupakan suatu proses penilaian kinerja manajemen perusahaan yang bertujuan untuk menilai apakah kinerja perusahaan beroperasi secara efektif dan efisien, sehingga apabila terdapat kelemahan-kelemahan dapat diberikan rekomendasi atau pemecahan masalah. Efisien berarti menggunakan berbagai sumber daya secara bijaksana dan dengan cara yang hemat biaya, sedangkan efektif berarti membuat keputusan yang tepat dan mengimplementasikan keputusan tersebut dengan benar.

Pemeriksaan manajemen dirancang untuk menganalisis, menilai, meninjau ulang dan menimbang hasil kerja perusahaan dibandingkan dengan berbagai standar yang telah ditentukan atau pedoman yang telah ditentukan oleh perusahaan, sehingga tujuannya adalah untuk efisiensi dan efektivitas perusahaan.

Pemeriksaan manajemen menurut Tunggal (2000 : 10) merupakan suatu penilaian dari organisasi manajerial dan efisiensi dari suatu perusahaan, departemen atau setiap entitas dan subentitas yang dapat di

audit, penekanannya adalah untuk mencapai efisiensi yang lebih besar, efektif dan ekonomisasi dalam usaha dan organisasi lain.

Penelitian ini menekankan pada pemeriksaan manajemen yaitu pada proses manajemen, khususnya pada perencanaan, organisasi dan pengendalian. Proses manajemen tersebut dipilih untuk diaudit guna menetapkan bagaimana baiknya pengelolaan manajemen dalam perusahaan agar dapat meningkatkan efektifitas penjualan.

Perencanaan pemeriksaan manajemen dapat digunakan untuk menilai apakah setiap unit dalam perusahaan telah melaksanakan rencana, kebijakan, dan prosedur untuk mencapai sasaran perusahaan. Pemeriksaan manajemen juga dapat menilai apakah susunan organisasi dalam perusahaan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, karena susunan organisasi harus disesuaikan mencapai koordinasi yang efektif antara berbagai departemen, fungsi dan individu yang memungkinkan pencapaian sasaran yang efektif, dalam pengendalian manfaat pemeriksaan manajemen adalah untuk menilai apakah proses pengendalian manajemen telah cukup memadai dan dilaksanakan secara efektif, proses pengendalian ini berguna untuk memastikan kegiatan perusahaan dilakukan sesuai dengan tujuan perusahaan.

Pemeriksaan manajemen memberikan dampak yang lebih positif karena pendekatan yang dilaksanakan adalah pendekatan ke depan (*Forward Looking Approach*) dengan mengevaluasi aktivitas perusahaan, serta bagaimana manajemen merencanakan secara efektif, mengorganisasi,

dan mengendalikan sejauh mana manajemen menentukan sasaran dan tujuan perusahaan.

Pemeriksaan manajemen memberikan manfaat yang sangat besar bagi perusahaan untuk menilai efisiensi dan efektivitas unit-unit dari suatu organisasi, mengingat tujuan dari pemeriksaan manajemen adalah membantu semua peringkat manajemen dalam meningkatkan perencanaan dan pengendalian manajemen dengan cara mengidentifikasi aspek-aspek sistem dan prosedur serta rekomendasi kepada manajemen untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan ekonomisasi.

Semakin maraknya pembangunan kota mandiri di Surabaya sejalan dengan pertumbuhan kotanya, sebab yang seperti biasanya dialami kota-kota besar di Indonesia. Surabaya selama ini kerepotan menghadapi arus urbanisasi yang kian meningkat.

Di tengah maraknya realisasi pembangunan rumah sederhana (RS) dan rumah sangat sederhana (RSS) di Surabaya dan sekitarnya, para pengembang merasa tertantang untuk memasarkan produknya kepada konsumen, semakin ketatnya persaingan dalam industri perumahan pengembang perumahan dituntut untuk mampu menghadapi persaingan tersebut dengan menerapkan strategi masing-masing dalam memasarkan produknya kepada konsumen secara tepat.

PT. GRAHA AGUNG KENCANA, adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *Realestat* dan Pengembang, yang berkedudukan di Surabaya dan didirikan pada tanggal 12 Mei 2003.

Sebagaimana telah diketahui bahwa PT. Graha Agung Kencana bergerak di bidang perumahan dimana salah satu produknya adalah Perumahan Kebonsari Regency. Proyek ini adalah merupakan proyek unggulan yang diharapkan dapat merebut pasaran.

Sesuai dengan *survey* awal diketahui bahwa ada beberapa masalah dengan berfluktuasinya penjualan dalam mengembangkan usahanya. Salah satunya dapat dilihat dari tingkat efektivitas penjualan.

Tabel 1 : Efektivitas Penjualan PT. Graha Agung Kencana

Tahun	Target Penjualan	Realisasi Penjualan	Efektivitas penjualan
2004	Rp 10.187.150.000	Rp 8.587.833.500	0,84
2005	Rp 11.377.500.000	Rp 10.733.337.500	0,94
2006	Rp 19.800.000.000	Rp 18.710.875.000	0,94
2007	Rp 24.600.000.000	Rp 26.674.000.000	1,08
2008	Rp 36.650.000.000	Rp 30.548.500.000	0,83

Sumber : Laporan Realisasi Penjualan PT. Graha Agung Kencana

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pencapaian realisasi penjualan pada PT. Graha Agung Kencana masih kurang mampu memenuhi target yang ditetapkan oleh perusahaan, hal tersebut dikarenakan oleh beberapa faktor yang mempengaruhinya baik secara eksternal maupun internal. Faktor eksternal salah satunya dapat dilihat dengan semakin banyaknya persaingan dalam dunia bisnis, disamping itu, faktor internal sendiri merupakan faktor yang tidak kalah pentingnya, dalam hal ini pihak manajemen, mengingat peran pentingnya manajemen dalam operasional perusahaan.

Dengan adanya masalah yang terdapat pada perusahaan tersebut, peneliti ingin mencoba menyoroti dari sisi internal perusahaan, yang dalam hal ini penekanannya adalah pada proses manajemen, khususnya prosedur untuk perencanaan, organisasi, dan pengendalian adalah aktivitas yang digunakan untuk mengelola perusahaan agar tercapai efektifitas maupun efisiensi penjualan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pemeriksaan Manajemen Terhadap Efektivitas Penjualan PT. Graha Agung Kencana”. (Studi Kasus Pemeriksaan Manajemen Fungsi Pemasaran) yang diharapkan dapat mengatasi permasalahan yang ada.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa perumusan masalah pada penelitian ini adalah :

Apakah terdapat pengaruh positif pemeriksaan manajemen (perencanaan, organisasi, pengendalian) terhadap efektifitas penjualan PT. Graha Agung Kencana?.

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :
Untuk membuktikan secara empiris pengaruh pemeriksaan manajemen terhadap efektifitas penjualan properti pada PT. Graha Agung Kencana.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan :

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran pada manajemen perusahaan tentang kegunaan pemeriksaan manajemen terhadap efektivitas penjualan.

2. Bagi Universitas

Dapat menambah perbendaharaan buku di perpustakaan dan sebagai referensi untuk penelitian yang sejenis.

3. Bagi Peneliti

Sebagai bahan studi untuk menambah dan memperdalam pengetahuan guna menerapkan ilmu yang didapat masa perkuliahan.