

**PERANAN INTERNAL AUDIT ATAS PENGENDALIAN INTERN
SEBAGAI ALAT BANTU MANAJEMEN DALAM MENUNJANG
EFEKTIVITAS PENJUALAN PADA PT CAPSUGEL INDONESIA**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan
Bogor

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi,

(Prof. Dr. Eddy Mulyadi Soepardi., MM., SE., Ak.)

Ketua Jurusan,

(Ketut Sunarta., MM., Drs., Ak.)

**PERANAN INTERNAL AUDIT ATAS PENGENDALIAN INTERN
SEBAGAI ALAT BANTU MANAJEMEN DALAM MENUNJANG
EFEKTIVITAS PENJUALAN PADA PT CAPSUGEL INDONESIA**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada Hari: Sabtu, Tanggal: 02/07/2011

Herlina
022107031

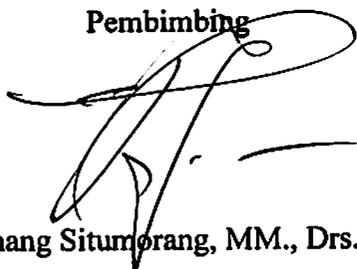
Menyetujui

Dosen Penilai,



(H. Akhsanul Haq., MBA., CMA., CFE.)

Pembimbing



(Monang Situmorang, MM., Drs., Ak.)

Co. Pembimbing



(Hanzarsyah, MSi., SE.)

ABSTRAK

HERLINA. NPM 022107031. Peranan Internal Audit atas Pengendalian Intern sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Menunjang Efektivitas Penjualan pada PT Capsugel Indonesia. Di bawah bimbingan: MONANG SITUMORANG dan HANZARSYAH.

PT Capsugel Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pembuatan cangkang kapsul. Perusahaan ini berlokasi di Jalan Raya Jakarta-Bogor Km. 42 Cibinong, Bogor. Permasalahan yang terjadi adalah belum tercapainya efektivitas penjualan karena tidak tercapainya target penjualan dan *quality objective* (sasaran mutu).

Internal audit membantu perusahaan dalam menilai kelayakan dan keefektifan pengendalian intern. Penjualan merupakan salah satu kegiatan perusahaan yang paling penting karena dapat menghasilkan aliran pendapatan yang digunakan untuk menutupi biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan adanya pengendalian intern yang memadai untuk mengurangi risiko tidak diterimanya pendapatan dari penjualan secara utuh dan tepat waktu. Pelaksanaan audit atas penjualan dapat menekan atau memperkecil kemungkinan terjadinya berbagai kecurangan maupun kesalahan di Bagian Penjualan. Dengan demikian internal audit berperan dalam pencapaian efektivitas penjualan.

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui pelaksanaan internal audit atas pengendalian intern yang diterapkan PT Capsugel Indonesia, mengetahui efektivitas penjualan yang dicapai pada PT Capsugel Indonesia, serta mengetahui peranan pengendalian intern sebagai alat bantu manajemen dalam menunjang efektivitas penjualan pada PT Capsugel Indonesia.

Pelaksanaan internal audit meliputi tahapan audit intern, sebagai berikut: perencanaan audit, pelaksanaan audit, penyampaian hasil audit dan rekomendasi, serta tindak lanjut hasil audit. Internal audit memastikan bahwa pengendalian intern di PT Capsugel Indonesia telah memadai dengan menilai kelayakan dan keefektifan pengendalian intern yang telah ada dan memastikan bahwa setiap prosedur (SOP) penjualan telah dilaksanakan Bagian Penjualan. Pengendalian intern atas penjualan pada PT Capsugel Indonesia terdiri prosedur penjualan, dokumen dan catatan penjualan, serta pengendalian intern atas risiko penjualan. Metode penilaian risiko yang digunakan di PT Capsugel Indonesia, yaitu metode *Objectives, Risks, Controls, and Action Plan* (ORCA).

Pencapaian efektivitas penjualan dapat dilihat dari perbandingan target penjualan dengan realisasi serta kepuasan konsumen/pelanggan. Kepuasan konsumen/pelanggan dinilai dari pencapaian sasaran mutu. Selama ini PT Capsugel Indonesia selalu menggunakan sasaran mutu untuk menilai efektivitas penjualan. Pada setiap akhir periode akuntansi, seluruh departemen di PT Capsugel Indonesia diwajibkan melaporkan sasaran mutu yang telah dicapai, termasuk departemen penjualan.

Internal audit memastikan bahwa pengendalian intern di Bagian Penjualan telah memadai dan dapat mengurangi/ meminimalkan risiko penjualan. Dengan adanya pelaksanaan audit di Bagian Penjualan diharapkan membantu menunjang efektivitas penjualan dan mengoreksi kesalahan yang dilakukan setiap personil yang terlibat dalam aktivitas penjualan. Internal audit memastikan bahwa seluruh prosedur penjualan telah dilaksanakan. Jika internal audit menemukan adanya prosedur yang tidak dilaksanakan, atau prosedur mengandung kelemahan, maka auditor memberikan rekomendasi/saran yang dilaporkan dalam laporan audit. Pelaksanaan audit juga dilakukan terhadap sistem mutu, lingkungan, keselamatan dan kesehatan kerja di setiap departemen PT Capsugel Indonesia agar sesuai standar yang telah ditetapkan.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa dan Maha Pengasih karena atas segala kemurahan dan rahmat-Nya yang telah memberikan hikmat dan kekuatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Peranan Internal Audit atas Pengendalian Intern sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Menunjang Efektivitas Penjualan pada PT Capsugel Indonesia”. Pembuatan skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam mendapatkan gelar S1 yang diselenggarakan Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Pakuan, Bogor.

Penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa bantuan dan dorongan baik materil maupun moril dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Monang Situmorang., MM., Drs., Ak, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Hanzarsyah., MSi., SE, selaku Co. Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis.
3. Bapak H. Akhsanul Haq., MBA., CMA., CFE, selaku Penguji Skripsi.
4. Bapak Jetayu Suyono, Ibu Wayan Rusmalina, Ibu Peggy Yunita, Bapak Irfan Fauzani, Bapak Eko Wahyu, David, Ibu Rita Murni, Mbak Lala, Mosses, dan segenap Staf di PT Capsugel Indonesia yang telah membantu dan memberikan data-data diperlukan penulis.
5. Bapak Prof. Dr. Eddy Mulyadi Soepardi., MM., SE., Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Bogor.

6. Bapak Ketut Sunarta., MM., Drs., Ak, selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Bogor.
7. Ibu Ellyn Octavianty., MM., SE, selaku Sekretaris Jurusan Akuntansi dan Koordinator Pelaksana Seminar Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, Bogor.
8. Bapak Edy Sudaryanto., Drs., Ak, yang telah memberikan bimbingan dan nasihat-nasihat kepada penulis.
9. Mama, Papa, serta Kakak yang telah membantu dan mendukung dalam doa, moril maupun materil kepada penulis.
10. Terima kasih kepada Devi, Okti, serta teman-teman sekalian, yang selalu memberikan semangat, bantuan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.

Atas bantuan dan dorongan yang telah diberikan, penulis mengucapkan terima kasih; semoga Tuhan selalu beserta kita semua, amien.

Penulis menyadari akan kekurangan-kekurangan dalam penulisan skripsi ini, mengingat keterbatasan kemampuan, pengetahuan, pengalaman, serta waktu yang penulis miliki. Untuk itu, penulis mengharapkan saran yang bersifat membangun dari para pembaca.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini berguna bagi penulis maupun pihak lain yang membutuhkan.

Bogor, Juli 2011

Penulis

DAFTAR ISI

| | Hal |
|--|-----|
| JUDUL | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| ABSTRAK | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2. Perumusan dan Identifikasi Masalah | 3 |
| 1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian..... | 4 |
| 1.4. Kegunaan Penelitian | 4 |
| 1.5. Kerangka Pemikiran dan Paradigma Penelitian..... | 6 |
| 1.5.1. Kerangka Pemikiran..... | 6 |
| 1.5.2. Paradigma Penelitian | 12 |
| 1.6. Hipotesis Penelitian..... | 13 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1. Internal Audit | 14 |
| 2.1.1. Pengertian Internal Audit..... | 14 |
| 2.1.2. Peran Internal Audit..... | 15 |
| 2.1.3. Ruang Lingkup Kegiatan Audit Internal..... | 16 |
| 2.1.4. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Audit Intern..... | 18 |
| 2.2. Pengendalian Intern..... | 20 |
| 2.2.1. Pengertian Pengendalian Intern | 21 |
| 2.2.2. Tujuan Pengendalian Intern | 22 |
| 2.2.3. Komponen Pengendalian Intern..... | 24 |
| 2.3. Efektivitas Penjualan..... | 26 |
| 2.3.1. Pengertian Efektivitas | 26 |
| 2.3.2. Pengertian Penjualan..... | 27 |
| 2.3.3. Pengertian Efektivitas Penjualan | 28 |
| 2.3.4. Syarat-syarat Penjualan Efektif..... | 28 |
| 2.3.5. Langkah-langkah Penjualan yang Efektif..... | 29 |
| 2.3.6. Pengukuran Efektivitas Penjualan... .. | 30 |
| 2.4. Peranan Internal Audit atas Pengendalian Intern sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Menunjang Efektivitas Penjualan..... | 31 |
| | |
| BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN | |
| 3.1. Objek Penelitian..... | 33 |
| 3.2. Metode Penelitian | 33 |
| 3.2.1. Desain Penelitian | 33 |

| | | |
|--------------------------|---|----|
| 3.2.2. | Operasionalisasi Variabel | 35 |
| 3.2.3. | Metode Penarikan Sampel | 37 |
| 3.2.4. | Prosedur Pengumpulan Data..... | 37 |
| 3.2.5. | Metode Analisis | 38 |
| | | |
| BAB IV | HASIL DAN PEMBAHASAN | |
| 4.1. | Profil PT Capsugel Indonesia..... | 39 |
| 4.1.1. | Sejarah dan Perkembangan PT Capsugel Indonesia | 39 |
| 4.1.2. | Struktur Organisasi, Tugas, dan Wewenang..... | 40 |
| 4.1.3. | Bidang Usaha dan Kegiatan PT Capsugel Indonesia | 60 |
| 4.2. | Bahasan Identifikasi dan Tujuan Penelitian..... | 62 |
| 4.2.1. | Pengendalian Intern atas Penjualan pada PT Capsugel Indonesia | 62 |
| 4.2.1.1. | Prosedur Penjualan... .. | 62 |
| 4.2.1.2. | Dokumen dan Catatan Penjualan..... | 73 |
| 4.2.1.3. | Pengendalian Intern atas Risiko Penjualan | 76 |
| 4.2.2. | Pelaksanaan Internal Audit pada PT Capsugel Indonesia..... | 77 |
| 4.2.2.1. | Perencanaan Audit..... | 78 |
| 4.2.2.2. | Pelaksanaan Audit | 79 |
| 4.2.2.3. | Penyampaian Hasil Audit, Temuan, dan Rekomendasi..... | 81 |
| 4.2.2.4. | Tindak Lanjut Hasil Audit..... | 83 |
| 4.2.3. | Pencapaian Efektivitas Penjualan pada PT Capsugel Indonesia | 84 |
| 4.2.4. | Peranan Internal Audit atas Pengendalian Intern sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Menunjang Efektivitas Penjualan pada PT Capsugel Indonesia | 89 |
| | | |
| BAB V | SIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1. | Simpulan | 93 |
| 5.1.1. | Simpulan Umum | 93 |
| 5.1.2. | Simpulan Khusus | 94 |
| 5.2. | Saran | 98 |
| | | |
| JADUAL PENELITIAN | | |
| DAFTAR PUSTAKA | | |
| LAMPIRAN | | |

DAFTAR TABEL

| | Hal |
|---|-----|
| Tabel 1. : Operasionalisasi Variabel..... | 36 |
| Tabel 2. : Anggaran dan Realisasi Penjualan Per Produk untuk Tahun 2008 dan 2009 | 84 |
| Tabel 3. : Sasaran Mutu untuk Tahun 2008-2009..... | 86 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|-----------|
| Gambar 1. : Paradigma Penelitian | Hal 12 |
|--|-----------|

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. : Surat Keterangan Riset

Lampiran 2. : Struktur Organisasi PT Capsugel Indonesia

Lampiran 3. : *Flowchart* Audit (*Process Description*)

Lampiran 4. : Formulir Audit

Lampiran 5. : *Flowchart* Penjualan (*Process Description*)

Lampiran 6. : Prosedur Penjualan

Lampiran 7. : Formulir Penjualan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Dahulu seorang auditor mengukur dan mengevaluasi pengendalian atas setiap aktivitas yang terjadi dalam perusahaan. Saat ini fungsi tersebut berkembang menjadi fungsi yang lebih luas, auditor tidak hanya memberikan suatu penilaian semata, tetapi juga memberikan saran/rekomendasi atas berbagai masalah yang ditemukan auditor internal sehubungan dengan audit yang dilakukan dalam rangka meningkatkan manfaat atau nilai setiap aktivitas perusahaan. Fungsi internal audit menawarkan dua macam jasa, yaitu jasa penjaminan dan konsultasi (*assurance and consulting service*).

Orientasi audit berubah dari teknik-teknik pengendalian intern ke arah pengendalian bisnis perusahaan yang didasarkan atas risiko bisnis (*business risk*) atau manajemen risiko (*risk management*). Auditor internal harus merubah pendekatan dari audit secara konvensional menuju audit berbasis risiko (*risk based audit approach*). Pola audit yang didasarkan atas pendekatan risiko yang dilakukan auditor internal lebih difokuskan terhadap masalah *risk assesment* yang diformulasikan pada *risk based audit plan*. Terjadi pergeseran pandangan mengenai pengendalian intern, yaitu: mengurangi risiko bisnis, merancang pengendalian bisnis untuk risiko yang teridentifikasi, pemberdayaan manusia dan menjaga agar mereka

bertanggung jawab atas hasilnya, serta fokus pada efisiensi, kualitas dan cepat tanggap atas proses bisnis.

Penjualan merupakan salah satu kegiatan perusahaan yang paling penting karena dapat menghasilkan aliran pendapatan yang digunakan untuk menutupi biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan adanya pengendalian intern yang memadai untuk mengurangi risiko tidak diterimanya pendapatan dari penjualan secara utuh dan tepat waktu. Pengendalian intern atas penjualan berfungsi mengawasi dan mengendalikan kegiatan penjualan yang menjadi sumber pendapatan bagi perusahaan, karena apabila sistem pengendalian internal penjualan tidak memadai, maka dapat menimbulkan kerugian bagi perusahaan.

Internal audit membantu perusahaan dalam usaha mencapai tujuannya dengan cara memberikan suatu pendekatan disiplin yang sistematis untuk mengevaluasi dan meningkatkan keefektifan manajemen risiko bidang penjualan, pengendalian, serta proses pengaturan dan pengelolaan organisasi. Pelaksanaan audit atas penjualan dapat menekan atau memperkecil kemungkinan terjadinya berbagai kecurangan maupun kesalahan di Bagian Penjualan. Dengan demikian internal audit berperan dalam pencapaian efektivitas penjualan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik mengadakan penelitian lebih lanjut dengan judul “Peranan Internal Audit atas Pengendalian Intern sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Menunjang Efektivitas Penjualan pada PT Capsugel Indonesia”.

1.2. Perumusan dan Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis merumuskan masalah yang akan dibahas sesuai judul yang penulis teliti, yaitu mengenai peranan internal audit atas pengendalian intern sebagai alat bantu manajemen dalam menunjang efektivitas penjualan pada PT Capsugel Indonesia.

Permasalahan yang terjadi pada PT Capsugel Indonesia adalah belum tercapainya efektivitas penjualan karena tidak tercapainya target penjualan dan *quality objective* (sasaran mutu)

Pelaksanaan internal audit atas pengendalian intern Bagian Penjualan bertujuan untuk meningkatkan efektivitas penjualan dengan mengamati prosedur penjualan yang digunakan selama ini dan mempelajarinya, sehingga menemukan adanya kelemahan, agar kemudian memberikan saran untuk memperbaiki kelemahan tersebut. Pengendalian intern yang dilakukan dapat berupa pelaksanaan *Process Description* nomor 19 mengenai proses manajemen pemasaran dan penjualan, serta Standar Operasional Prosedur (SOP) Mar-Pla-01 sampai dengan Mar-Pla-12.

Adapun identifikasi masalah dari dilaksanakannya penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan internal audit atas pengendalian intern pada PT Capsugel Indonesia?
2. Bagaimana efektivitas penjualan yang dicapai pada PT Capsugel Indonesia?

3. Bagaimana peranan internal audit atas pengendalian intern sebagai alat bantu manajemen dalam menunjang efektivitas penjualan pada PT Capsugel Indonesia?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data dan informasi yang berhubungan dengan identifikasi masalah sebagai bahan kajian dalam penyusunan skripsi dan juga dijadikan sebagai bahan pembanding bagi pembaca.

Adapun tujuan penelitian yang hendak dicapai penulis sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan internal audit atas pengendalian intern yang diterapkan PT Capsugel Indonesia.
2. Untuk mengetahui efektivitas penjualan yang dicapai pada PT Capsugel Indonesia.
3. Untuk mengetahui peranan internal audit atas pengendalian intern sebagai alat bantu manajemen dalam menunjang efektivitas penjualan pada PT Capsugel Indonesia.

1.4. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoretis

a. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan menambah wawasan pengetahuan dan pemahaman penulis mengenai relevansi teori dengan praktik yang sebenarnya terjadi di suatu perusahaan.

b. Bagi Pembaca

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan pembaca memperoleh informasi yang menambah pengetahuan mengenai peranan internal audit atas pengendalian intern yang menunjang efektivitas penjualan dan diharapkan penelitian ini menjadi salah satu acuan melakukan pengembangan penelitian berikutnya.

2. Kegunaan Praktis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan memberikan masukan berupa sumbangan informasi dan saran bagi PT Capsugel Indonesia mengenai pentingnya internal audit dalam melakukan pengawasan dan penilaian terhadap pengendalian intern untuk mencegah terjadinya penyimpangan atau penyelewengan dalam berbagai kegiatan penjualan yang dilakukan perusahaan, sehingga membantu manajemen dalam pencapaian efektivitas penjualan, serta dijadikan sebagai dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk merencanakan tindakan yang mengarah perbaikan di masa mendatang.

1.5. Kerangka Pemikiran dan Paradigma Penelitian

1.5.1. Kerangka Pemikiran

Setiap manajemen dalam sebuah perusahaan selalu menghasilkan laporan keuangan yang akurat serta mendorong ketaatan terhadap kebijakan dan peraturan yang telah ditetapkan. Agar hal tersebut tercapai, maka perusahaan perlu mengadakan penelaahan pengendalian intern guna memperbaiki adanya kesalahan dan penyelewengan yang mungkin terjadi. Untuk menunjukkan keefektifan suatu pengendalian intern, maka salah satu unsur yang penting adalah adanya bagian dalam perusahaan yang bertugas menilai kelayakan dan keefektifan pengendalian intern yang ada dan menilai kualitas kegiatan yang telah dijalankan perusahaan yang dilakukan bagian audit internal.

Menurut *Professional Practices Framework: International Standards for The Professional Practice of Internal Audit, IIA* (2004) menyatakan bahwa:

Audit internal adalah suatu aktivitas independen, yang memberikan jaminan keyakinan serta konsultasi (*consulting*) yang dirancang untuk memberikan suatu nilai tambah (*to add value*) serta meningkatkan (*improve*) kegiatan operasi organisasi. Internal audit membantu organisasi dalam usaha mencapai tujuannya dengan cara memberikan suatu pendekatan disiplin yang sistematis untuk mengevaluasi dan meningkatkan efektivitas manajemen risiko (*risk management*), pengendalian (*control*) dan proses tata kelola (*governance processes*).

Di samping tugas pokok audit internal memperbaiki kinerja organisasi, juga memberikan layanan berupa pemberian saran untuk

memperbaiki kinerja bagi setiap tingkatan manajer. Hal ini sesuai ruang lingkup kegiatan audit internal dalam perusahaan. Menurut *Statements of Responsibilities of Auditor Internal* yang dikutip Amin (2010, 102) menyatakan bahwa:

Mencakup pemeriksaan dan evaluasi yang memadai serta efektivitas sistem pengendalian internal organisasi dan kualitas kinerja dalam melaksanakan tanggung jawab yang dibebankan. Ruang lingkup audit internal mencakup tugas-tugas berikut:

- a. Menelaah reliabilitas dan integritas informasi keuangan dan operasi serta perangkat yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengukur, mengklasifikasi, dan melaporkan informasi semacam itu.
- b. Menelaah sistem yang ditetapkan untuk memastikan ketaatan terhadap kebijakan, perencanaan, prosedur, hukum, dan peraturan yang dapat memiliki pengaruh signifikan terhadap operasi dan laporan serta menentukan apakah organisasi telah mematuhi.
- c. Menelaah perangkat perlindungan aset dan secara tepat memverifikasi keberadaan aset tersebut.
- d. Menilai keekonomisan dan efisiensi sumber daya yang dipergunakan.
- e. Menelaah operasi atau program untuk memastikan apakah hasilnya konsisten dengan tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan, serta apakah operasi atau program itu telah dilaksanakan sesuai yang direncanakan.

Namun dalam praktiknya, audit internal lebih banyak melakukan pekerjaan yang menekankan ketelitian dan perhitungan, pencatatan, pengikhtisaran, dan penyajian dalam bentuk laporan serta memeriksa apakah pelaksanaannya telah dilakukan berdasarkan bukti-bukti yang ada.

Pelaksanaan kegiatan audit intern merupakan tahapan penting yang dilakukan internal auditor dalam proses auditing untuk menentukan prioritas, arah, dan pendekatan dalam proses audit

intern. Hiro (2006, 53) menyatakan bahwa tahapan pelaksanaan kegiatan audit intern, sebagai berikut:

1. Tahap perencanaan audit,
2. Tahap pengujian dan pengevaluasian informasi,
3. Tahap penyampaian hasil audit, dan
4. Tahap tindak lanjut (*follow up*) hasil audit.

Tahapan audit intern atas penjualan sebagai berikut:

1. Perencanaan Audit
Tahap perencanaan audit dibuat untuk menentukan objek yang akan diaudit, arah dan pendekatan audit, perencanaan alokasi sumber daya dan waktu, dan merencanakan hal-hal lainnya yang berkaitan dengan proses auditing.
2. Pengujian dan Pengevaluasian Informasi
Pada tahap ini audit intern haruslah mengumpulkan, menganalisa, menginterpretasi, dan membuktikan kebenaran informasi untuk mendukung hasil audit.
3. Penyampaian Hasil Audit
Laporan audit intern atas penjualan ditujukan untuk kepentingan manajemen yang dirancang untuk memperkuat pengendalian audit intern.
4. Tindak Lanjut Hasil Audit
Audit intern terus menerus meninjau/melakukan tindak lanjut untuk memastikan bahwa telah dilakukan tindakan yang tepat terhadap temuan-temuan pemeriksaan atas penjualan yang dilaporkan.

Hasil pelaksanaan yang memadai dari setiap tahapan audit intern atas penjualan akan membantu pimpinan perusahaan (manajemen) dalam melaksanakan tanggung jawabnya dengan memberikan analisa, penilaian, saran, dan komentar mengenai kegiatan penjualan yang diperiksanya. Dengan adanya pelaksanaan kegiatan audit intern atas penjualan yang memadai, maka pengendalian internal akan semakin efektif, sehingga efektivitas penjualan pun akan meningkat.

Agar bisnis perusahaan berjalan dengan baik, maka diperlukan audit atas pengendalian intern. Pengendalian intern terdiri atas kebijakan dan prosedur yang dirancang untuk memberikan keyakinan pada manajemen bahwa tujuan dan sasaran perusahaan dapat tercapai. Pengertian pengendalian intern menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2008, 319.2) menyatakan bahwa:

Pengendalian intern adalah suatu proses yang dijalankan oleh dewan komisaris, manajemen, dan personel lain entitas, yang didesain untuk memberikan keyakinan memadai tentang pencapaian tiga golongan tujuan berikut ini: (a) keandalan pelaporan keuangan, (b) efektivitas dan efisiensi operasi, dan (c) kepatuhan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku.

Adapun komponen pengendalian intern menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2008, 319.8), sebagai berikut:

1. Lingkungan Pengendalian.
2. Penaksiran Risiko.
3. Aktivitas Pengendalian.
4. Informasi dan Komunikasi.
5. Pemantauan.

Karena cakupan struktur pengendalian intern yang cukup luas, maka penulis membatasi pembahasannya hanya pada penaksiran risiko dan aktivitas pengendalian, sebab penaksiran risiko dan aktivitas pengendalian belum memadai. *Action plan* dari metode penilaian risiko ORCA hanya dilaporkan, namun belum diterapkan. Selain itu, masih terdapat prosedur yang belum dilaksanakan serta pemisahan tugas yang belum memadai.

Pengendalian intern yang memadai dapat meningkatkan efektivitas penjualan. Menurut Kamus Bahasa Indonesia yang

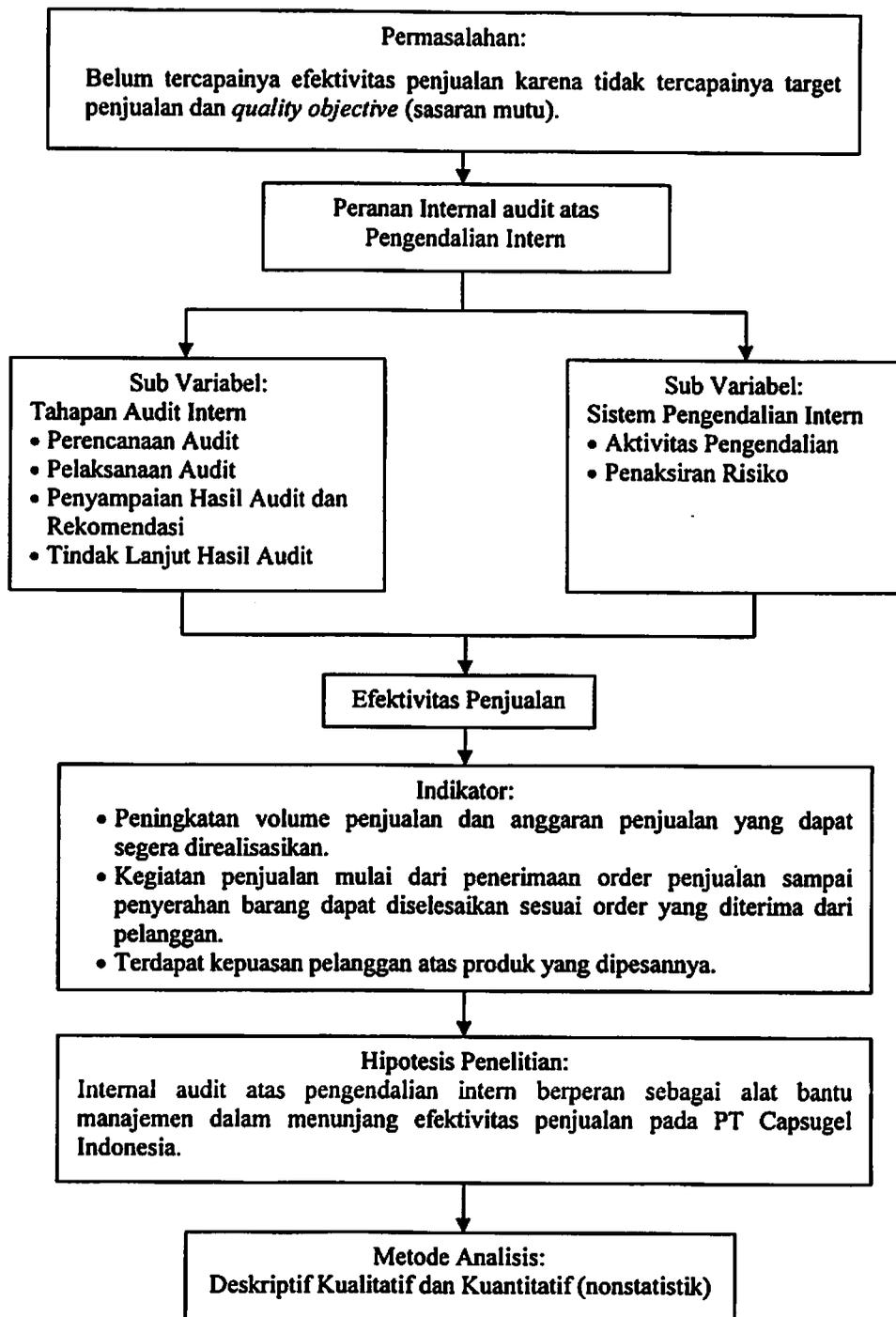
diterbitkan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan yang dikutip Dirmansyah (2004, 28) menyatakan bahwa, "Efektivitas adalah keberhasilan suatu tindakan yang diukur berdasarkan pencapaian tujuan tindakan tersebut". Penilaian efektivitas didasarkan atas suatu lingkup atau luasnya tujuan suatu organisasi untuk menggunakan sumber daya yang ada dalam mencapai tujuan yang diharapkan. Pada dasarnya, efektivitas merupakan derajat keberhasilan bagi suatu perusahaan, sampai seberapa jauh suatu perusahaan dinyatakan berhasil dalam usahanya mencapai tujuan tersebut. Semakin besar kontribusi output terhadap tujuan, maka semakin efektif unit tersebut.

Penjualan merupakan salah satu aktivitas yang ada dalam perusahaan. Melalui aktivitas penjualan, maka pendapatan diperoleh. Kotler (2006, 457) menyatakan bahwa, "Penjualan adalah sebuah proses di mana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjual dipenuhi melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan". Selanjutnya Jobber (2006) menyatakan bahwa, "Konsep penjualan adalah gagasan bahwa konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk perusahaan kecuali jika perusahaan tersebut melakukan usaha penjualan dan promosi dalam skala besar". Pentingnya promosi penjualan karena dapat meningkatkan daya beli konsumen dengan menggunakan alat peragaan, pameran, demonstrasi, dan lain-lain yang ditujukan untuk meningkatkan penjualan produk tertentu.

Efektivitas penjualan dapat diartikan dengan tercapainya tujuan penjualan yang telah ditetapkan atau adanya kesesuaian antara target dengan realisasinya. Jadi, penjualan akan semakin efektif apabila jumlah realisasi penjualan lebih besar daripada jumlah target penjualan; sedangkan jika jumlah target penjualan lebih besar dari jumlah realisasi penjualan, maka dipastikan penjualan tidak efektif.

Agar penjualan dapat efektif, maka perusahaan memerlukan pengendalian intern yang memadai untuk mengendalikan aktivitas penjualan tersebut. Pengendalian intern yang efektif memungkinkan perusahaan memiliki kemampuan untuk menghadapi persaingan yang semakin pesat serta tanggap terhadap perubahan ekonomi yang selalu terjadi di luar perkiraan.

1.5.2. Paradigma Penelitian



Gambar 1.
Paradigma Penelitian

1.6. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan asumsi atau dugaan sementara dari suatu masalah yang kebenarannya harus diuji lebih lanjut secara empiris. Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

1. Pelaksanaan Internal audit atas pengendalian intern pada PT Capsugel Indonesia belum memadai.
2. Efektivitas penjualan pada PT Capsugel Indonesia masih rendah.
3. Internal audit atas pengendalian intern berperan sebagai alat bantu manajemen dalam menunjang efektivitas penjualan pada PT Capsugel Indonesia.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Internal Audit

Internal audit yang modern tidak lagi terbatas fungsinya dalam bidang pemeriksaan *financial*, tetapi sudah meluas ke bidang lainnya seperti manajemen audit, audit lingkungan hidup, sosial audit, dan lain-lain. Kegiatan internal audit saat ini sudah mencakup konsultasi yang didesain untuk menambah nilai dan meningkatkan kegiatan operasi suatu perusahaan.

2.1.1. Pengertian Internal Audit

Dalam perkembangannya, penekanan dan mekanisme internal audit telah bergeser (berubah). Menurut *Professional Practices Framework: International Standards for The Professional Practice of Internal Audit, IIA* (2004) menyatakan bahwa:

Internal Auditing is an independent, objective assurance and consulting activity designed to add value and improve an organization's operations. It helps an organization accomplish its objectives by bringing a systematic, disciplined approach to evaluate the effectiveness of risk management, control, and governance processes.

Artinya Audit Internal adalah suatu aktivitas independen, yang memberikan jaminan keyakinan serta konsultasi yang dirancang untuk memberikan suatu nilai tambah serta meningkatkan kegiatan operasi organisasi. Internal audit membantu organisasi dalam usaha mencapai tujuannya dengan cara memberikan suatu pendekatan disiplin yang sistematis untuk mengevaluasi dan meningkatkan efektivitas manajemen risiko, pengendalian, dan proses tata kelola.

Sedangkan Sawyer, *et al* (2005, 10) menyatakan bahwa:

Audit internal adalah sebuah penilaian yang sistematis dan objektif yang dilakukan auditor internal terhadap operasi dan kontrol yang berbeda-beda dalam organisasi untuk menentukan apakah (1) informasi keuangan dan operasi telah akurat dan dapat diandalkan; (2) risiko yang dihadapi perusahaan telah diidentifikasi dan diminimalisasi; (3) peraturan eksternal serta kebijakan dan prosedur internal yang bisa diterima telah diikuti; (4) kriteria operasi yang memuaskan telah dipenuhi; (5) sumber daya telah digunakan secara efisien dan ekonomis; dan (6) tujuan organisasi telah dicapai secara efektif-semua dilakukan dengan tujuan untuk dikonsultasikan dengan manajemen dan membantu anggota organisasi dalam menjalankan tanggung jawabnya secara efektif.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa internal audit merupakan suatu aktivitas independen yang memberikan jaminan keyakinan serta konsultasi terhadap operasi dan kontrol yang berbeda-beda dalam organisasi untuk mengevaluasi dan meningkatkan efektivitas manajemen risiko, pengendalian, dan tata kelola perusahaan. Internal audit bukan lagi sebagai *watchdog* tetapi sebagai konsultan yang dapat memberikan nilai tambah (*add value*) bagi kegiatan operasional perusahaan. Dengan demikian, peran internal audit sangat diperlukan guna mencapai tujuan perusahaan.

2.1.2. Peran Internal Audit

Sebagaimana terurai dalam definisi, peran internal auditor semakin dibutuhkan. Salah satu alasan adalah semakin besarnya perusahaan dan persaingan yang semakin ketat. Menurut Akmal (2006, 6) peran tersebut yakni sebagai berikut:

1. Menilai ketepatan dan kecukupan pengendalian manajemen, termasuk pengendalian manajemen pengolahan data elektronik.
2. Menjamin adanya ketaatan terhadap kebijakan, rencana, dan prosedur yang telah ditentukan pihak perusahaan.
3. Mendeteksi kecurangan guna memastikan adanya perlindungan terhadap harta perusahaan.
4. Menjamin keandalan informasi, baik informasi finansial maupun informasi operasional perusahaan.
5. Memastikan penggunaan sumber daya oleh perusahaan secara efisien dan efektif.
6. Memberikan jasa konsultasi untuk pihak manajemen untuk menilai mutu kinerja dalam melaksanakan tanggung jawab yang diberikan apakah sudah sesuai tujuan yang diharapkan.

2.1.3. Ruang Lingkup Kegiatan Audit Internal

Di samping tugas pokok audit internal memperbaiki kinerja perusahaan, juga memberikan layanan berupa pemberian saran untuk memperbaiki kinerja bagi setiap tingkatan manajemen. Hal ini sesuai dengan ruang lingkup kegiatan audit internal dalam perusahaan. Menurut *Statements of Responsibilities of Auditor Internal* yang dikutip Amin (2010, 102) menyatakan bahwa:

Mencakup pemeriksaan dan evaluasi yang memadai serta efektivitas sistem pengendalian internal organisasi dan kualitas kinerja dalam melaksanakan tanggung jawab yang dibebankan. Ruang lingkup audit internal mencakup tugas-tugas berikut:

- a. Menelaah reliabilitas dan integritas informasi keuangan dan operasi serta perangkat yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengukur, mengklasifikasi, dan melaporkan informasi semacam itu.
- b. Menelaah sistem yang ditetapkan untuk memastikan ketaatan terhadap kebijakan, perencanaan, prosedur, hukum, dan peraturan yang dapat memiliki pengaruh signifikan terhadap operasi dan laporan serta menentukan apakah organisasi telah mematuhi.
- c. Menelaah perangkat perlindungan aset dan secara tepat memverifikasi keberadaan aset tersebut.

- d. Menilai keekonomisan dan efisiensi sumber daya yang dipergunakan.
- e. Menelaah operasi atau program untuk memastikan apakah hasilnya konsisten dengan tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan, serta apakah operasi atau program itu telah dilaksanakan sesuai dengan yang direncanakan.

Sedangkan Sukrisno Agoes (2006, 222), internal auditor harus melakukan kegiatan-kegiatan berikut:

1. Menelaah dan menilai kebaikan, memadai tidaknya penerapan dari sistem pengendalian manajemen, pengendalian intern dan pengendalian operasional lainnya serta mengembangkan pengendalian yang efektif dengan biaya yang tidak terlalu mahal.
2. Memastikan ketaatan terhadap kebijakan, rencana dan prosedur-prosedur yang telah ditetapkan oleh manajemen.
3. Memastikan seberapa jauh harta perusahaan dipertanggungjawabkan dan dilindungi dari kemungkinan terjadinya segala bentuk pencurian, kecurangan, dan penyalahgunaan.
4. Memastikan bahwa pengelolaan data yang dikembangkan dalam organisasi dapat dipercaya.
5. Menilai mutu pekerjaan setiap bagian dalam melaksanakan tugas yang diberikan oleh manajemen.
6. Menyarankan perbaikan-perbaikan operasional dalam rangka meningkatkan efisiensi dan efektivitas.

Berdasarkan kedua pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa ruang lingkup kegiatan audit internal meliputi: menelaah reliabilitas dan integritas informasi keuangan dan operasi serta perangkat yang digunakan; menelaah sistem yang ditetapkan untuk memastikan ketaatan terhadap kebijakan, perencanaan, prosedur, hukum, dan peraturan yang ada di perusahaan; menilai mutu pekerjaan setiap bagian dalam melaksanakan tugas yang diberikan oleh manajemen; menyarankan perbaikan-perbaikan operasional dalam rangka meningkatkan efisiensi dan efektivitas.

2.1.4. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Audit Intern

Setelah mengetahui ruang lingkupnya, maka audit internal dapat melaksanakan tahapan kegiatan audit intern di perusahaan. Pelaksanaan kegiatan audit intern merupakan tahapan-tahapan penting yang dilakukan internal auditor dalam proses auditing untuk menentukan prioritas, arah, dan pendekatan dalam proses audit intern. Tahapan pelaksanaan kegiatan audit intern menurut Hiro (2006, 53), sebagai berikut:

1. Tahap perencanaan audit,
2. Tahap pengujian dan pengevaluasian informasi,
3. Tahap penyampaian hasil audit, dan
4. Tahap tindak lanjut (*follow up*) hasil audit.

Tahapan audit intern atas Bagian Penjualan sebagai berikut:

1. Perencanaan Audit
Tahap perencanaan audit merupakan langkah yang paling awal dalam pelaksanaan kegiatan audit intern, perencanaan dibuat untuk menentukan objek yang akan diaudit/prioritas audit, arah dan pendekatan audit, perencanaan alokasi sumber daya dan waktu, dan merencanakan hal-hal lainnya yang berkaitan dengan proses auditing. Perencanaan audit atas Bagian Penjualan meliputi:
 - a. Penetapan tujuan audit dan lingkup pekerjaan.
 - b. Memperoleh informasi dasar (*background information*) mengenai kegiatan penjualan.
 - c. Menentukan berbagai tenaga yang diperlukan untuk melaksanakan audit atas kegiatan penjualan.
 - d. Pemberitahuan kepada para pihak yang dipandang perlu.
 - e. Melaksanakan survei untuk mengenali aktivitas penjualan yang diperlukan, risiko-risiko penjualan, dan pengawasan kepada setiap orang yang terlibat dalam Bagian Penjualan.
 - f. Penulisan program audit, menentukan bagaimana, kapan, dan kepada siapa hasil-hasil audit akan disampaikan.
 - g. Memperoleh persetujuan tentang rencana kerja audit.

2. Pengujian dan Pengevaluasian Informasi

Pada tahap ini, audit intern haruslah mengumpulkan, menganalisa, menginterpretasi dan membuktikan kebenaran informasi untuk mendukung hasil audit. Proses pengujian dan pengevaluasian informasi sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan berbagai informasi mengenai seluruh hal yang berhubungan dengan tujuan-tujuan pemeriksa dan lingkup kerja.
- b. Informasi penjualan haruslah mencukupi, kompeten, relevan dan berguna untuk membuat suatu dasar yang logis bagi temuan audit dan rekomendasi-rekomendasi.
- c. Adanya prosedur-prosedur audit (termasuk teknik-teknik pengujian).
- d. Dilakukan pengawasan terhadap proses pengumpulan, penganalisaan, penafsiran, dan pembuktian kebenaran informasi penjualan.
- e. Dibuat kertas kerja pemeriksaan atas Bagian Penjualan.

3. Penyampaian Hasil Audit

Laporan audit intern atas Bagian Penjualan ditujukan untuk kepentingan manajemen yang dirancang untuk memperkuat pengendalian audit intern, untuk menentukan ditaati tidaknya prosedur/kebijakan-kebijakan penjualan yang telah ditetapkan manajemen. Audit intern harus melaporkan kepada manajemen apabila terdapat penyelewengan/ penyimpangan-penyimpangan yang terjadi dalam Bagian Penjualan dan memberikan saran-saran/rekomendasi untuk memperbaikinya. Audit intern harus melaporkan hasil audit yang dilaksanakannya, yaitu:

- a. Laporan tertulis yang ditandatangani ketua audit intern.
- b. Pemeriksa intern harus terlebih dahulu mendiskusikan simpulan dan rekomendasi.
- c. Suatu laporan haruslah objektif, jelas, singkat, terstruktur, dan tepat waktu.
- d. Laporan haruslah mengemukakan tentang maksud, lingkup, dan hasil dari pelaksanaan pemeriksaan atas Bagian Penjualan.
- e. Laporan mencantumkan berbagai rekomendasi.
- f. Pendapat dari pihak yang diperiksa tentang berbagai simpulan/rekomendasi bisa juga dicantumkan dalam laporan pemeriksaan.
- g. Pimpinan audit intern mereview dan menyetujui laporan audit atas Bagian Penjualan.

4. Tindak Lanjut Hasil Audit

Audit intern terus menerus meninjau/melakukan tindak lanjut (*follow up*) untuk memastikan bahwa telah dilakukan tindakan yang tepat terhadap temuan-temuan pemeriksaan atas Bagian Penjualan yang dilaporkan. Audit intern harus memastikan apakah suatu tindakan korektif telah dilakukan dan memberikan berbagai hasil yang diharapkan, ataukah manajemen senior/dewan telah menerima risiko akibat tidak dilakukannya tindakan korektif terhadap berbagai temuan atas Bagian Penjualan yang dilaporkan.

Hasil pelaksanaan yang memadai dari setiap tahapan audit intern atas Bagian Penjualan akan membantu pimpinan perusahaan (manajemen) dalam melaksanakan tanggung jawabnya dengan memberikan analisa, penilaian, saran, dan komentar mengenai kegiatan penjualan yang diperiksanya. Dengan adanya pelaksanaan kegiatan audit intern atas penjualan yang memadai, maka pengendalian internal akan semakin efektif, sehingga efektivitas penjualan pun akan meningkat.

2.2. Pengendalian Intern

Pemahaman yang memadai atas pengendalian intern harus diperoleh untuk merencanakan audit dan menentukan sifat, saat, dan lingkup pengujian yang akan dilakukan. Auditor berkepentingan untuk memperoleh bukti yang cukup atas struktur pengendalian intern klien, karena struktur pengendalian intern merupakan salah satu tipe bukti audit.

2.2.1. Pengertian Pengendalian Intern

Dengan adanya pengendalian intern, maka dapat diketahui ada atau tidaknya penyimpangan dari rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Ikatan Akuntan Indonesia (2008, 319.2) menyatakan bahwa:

Pengendalian intern adalah suatu proses yang dijalankan oleh dewan komisaris, manajemen, dan personel lain entitas, yang didesain untuk memberikan keyakinan memadai tentang pencapaian tiga golongan tujuan berikut ini: (a) keandalan pelaporan keuangan, (b) efektivitas dan efisiensi operasi, dan (c) kepatuhan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku.

Dalam teori akuntansi dan organisasi (<http://www.wikipedia.com>), “Pengendalian intern atau kontrol intern didefinisikan sebagai suatu proses yang dipengaruhi sumber daya manusia dan sistem teknologi informasi, yang dirancang untuk membantu organisasi mencapai suatu tujuan atau objektif tertentu”.

Menurut Kosasih (2005) “Pengendalian intern merupakan tindakan untuk mengatur dan mengawasi kegiatan-kegiatan perusahaan sedemikian rupa, sehingga sesuai dengan apa yang diharapkan, yaitu terjadinya proses kerja yang efisien dan efektif serta ekonomis”.

Pengertian Pengendalian Intern menurut Ikatan Akuntan Indonesia (SPAI, 2004, 27) menyatakan bahwa:

Pengendalian Intern adalah semua tindakan yang dilakukan oleh manajemen, direksi, komisaris, ataupun pihak lain untuk mengelola risiko dan meningkatkan kemungkinan tercapainya sasaran dan tujuan yang ditetapkan. Manajemen merencanakan, mengorganisir dan mengarahkan pelaksanaan tindakan yang memadai

untuk meningkatkan kepastian bahwa tujuan akan tercapai. Sistem Pengendalian Intern terdiri atas lingkungan pengendalian, *assessment risk*, kegiatan (prosedur) pengendalian, informasi dan komunikasi, serta pemantauan pengendalian.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pengendalian intern adalah semua tindakan yang dilakukan oleh manajemen, direksi, komisaris, maupun pihak lain untuk mengelola risiko dan meningkatkan kemungkinan tercapainya sasaran dan tujuan yang ditetapkan. Tindakan (proses) ini dipengaruhi sumber daya manusia dan sistem teknologi informasi yang didesain untuk memberikan keyakinan memadai tentang pencapaian (a) keandalan pelaporan keuangan, (b) efektivitas dan efisiensi operasi, dan (c) kepatuhan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku.

2.2.2. Tujuan Pengendalian Intern

Arens, *et al* (2008, 370) menyatakan bahwa manajemen perusahaan merancang sistem pengendalian internal untuk mencapai tiga tujuan umum, yaitu:

1. Reliabilitas pelaporan keuangan
Manajemen bertanggung jawab untuk menyiapkan laporan bagi para investor, kreditor, dan pemakai lainnya. Manajemen memikul baik tanggung jawab hukum maupun profesional untuk memastikan bahwa informasi telah disajikan secara wajar sesuai dengan persyaratan pelaporan seperti prinsip-prinsip akuntansi yang berlaku umum. Tujuan pengendalian internal yang efektif atas pelaporan keuangan adalah memenuhi tanggung jawab pelaporan keuangan tersebut.
2. Efektivitas dan efisiensi operasi
Pengendalian dalam perusahaan akan mendorong pemakaian sumber daya secara efisien dan efektif untuk mengoptimalkan sasaran perusahaan. Tujuan

yang penting dari pengendalian ini adalah memperoleh informasi keuangan dan nonkeuangan yang akurat tentang operasi perusahaan untuk keperluan pengambilan keputusan.

3. Ketaatan pada ketentuan hukum dan peraturan yang berlaku

Section 404 mengharuskan semua perusahaan publik mengeluarkan laporan tentang keefektifan pelaksanaan pengendalian internal atas pelaporan keuangan. Selain mematuhi ketentuan hukum dalam *Section 404*, organisasi-organisasi publik, nonpublik, dan nirlaba diwajibkan menaati berbagai hukum dan peraturan. Beberapa hanya berhubungan secara tidak langsung dengan akuntansi, seperti undang-undang perlindungan lingkungan dan hak sipil, sementara yang lainnya berkaitan erat dengan akuntansi, seperti peraturan pajak penghasilan dan kecurangan.

Sedangkan Hiro (2006, 44) menyatakan bahwa:

Tujuan pengendalian intern meyakinkan keandalan (reliabilitas dan integritas) informasi; kesesuaian dengan berbagai kebijaksanaan, rencana, prosedur, dan ketentuan perundang-undangan; perlindungan terhadap harta organisasi; penggunaan sumber daya yang ekonomis dan efisien, serta tercapainya berbagai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan.

Selanjutnya Messier (2006, 250) menyatakan bahwa:

1. Keandalan Pelaporan Keuangan (*Reliability of Financial Reporting*)

Pengendalian yang berkaitan dengan masalah audit atas kewajaran laporan keuangan yang disajikan untuk pihak-pihak luar. Penyajian laporan keuangan tersebut harus sesuai prinsip akuntansi yang berlaku. Manajemen bertanggung jawab atas laporan keuangan, untuk meyakinkan pihak-pihak yang terkait bahwa yang disajikan itu wajar.

2. Keefektifan dan Keefisienan Operasi (*Effectiveness and Efficiency of Operations*)

Pengendalian dalam suatu organisasi dimaksudkan untuk mendorong keefektifan dan keefisienan sumber daya termasuk masalah personalia, untuk mengoptimalkan tujuan perusahaan. Bagian penting dari pengendalian adalah informasi akurat untuk membuat keputusan, seperti untuk mengamankan aset dan catatan.

3. Kepatuhan terhadap Hukum dan Peraturan yang Berlaku (*Compliance with Applicable Laws and Regulations*)

Banyak aturan yang berlaku dalam suatu organisasi, diantaranya tidak berhubungan dengan aset. Contohnya seperti perlindungan aset adalah masalah manajemen. Salah satu aturan dalam perusahaan adalah yang tercatat dalam *Securities and Exchange Act*, tentang sistem ketepatan dalam penyajian catatan. Penyajian catatan adalah kemampuan untuk menyajikan laporan keuangan yang dapat diandalkan yang ditujukan kepada pihak luar.

Hartadi (2002) dan Heckert (2004) menyatakan bahwa:

Tujuan pengendalian intern adalah mencegah usaha-usaha penyelewengan yang disengaja, sehingga dari sistem yang dijalankan tersebut, perusahaan akan memperoleh data yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Di samping melancarkan operasi dan efisiensi, pengendalian intern sangat penting dilakukan karena akan membantu penyelamatan harta kekayaan perusahaan.

Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan pengendalian intern adalah reliabilitas pelaporan keuangan, (kepastian mengenai keandalan data akuntansi), efektivitas dan efisiensi operasi, pengamanan harta kekayaan, dipatuhinya kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan manajemen perusahaan, tercapainya berbagai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan, serta mencegah usaha-usaha penyelewengan yang disengaja, sehingga dari sistem yang dijalankan tersebut, perusahaan akan memperoleh data yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

2.2.3. Komponen Pengendalian Intern

Pengendalian intern memiliki lima komponen yang direncanakan dan diimplementasikan manajemen untuk memberikan

jaminan bahwa sasaran hasil pengendalian manajemen akan terpenuhi. Ikatan Akuntan Indonesia (2008, 319.8) menyatakan bahwa komponen pengendalian intern adalah:

1. Lingkungan Pengendalian.
2. Penaksiran Risiko.
3. Aktivitas Pengendalian.
4. Informasi dan Komunikasi.
5. Pemantauan.

Karena cakupan struktur pengendalian internal yang cukup luas, maka penulis membatasi pembahasannya hanya pada penaksiran risiko dan aktivitas pengendalian, sebagai berikut:

1. Penaksiran Risiko

Penaksiran risiko entitas untuk tujuan pelaporan keuangan merupakan identifikasi, analisis, dan manajemen terhadap risiko yang relevan dengan penyusunan laporan keuangan yang wajar sesuai prinsip akuntansi yang berlaku umum di Indonesia. Risiko yang relevan dengan pelaporan keuangan mencakup peristiwa dan keadaan intern maupun ekstern yang dapat terjadi dan secara negatif mempengaruhi kemampuan entitas untuk mencatat, mengolah, meringkas dan melaporkan data keuangan konsisten dengan asersi manajemen dalam laporan keuangan.

Auditor harus memperoleh pengetahuan yang memadai tentang proses penaksiran risiko entitas untuk memahami bagaimana manajemen mempertimbangkan risiko yang relevan dengan tujuan pelaporan keuangan dan memutuskan tentang tindakan yang ditujukan ke risiko tersebut. Pengetahuan ini mungkin mencakup pemahaman tentang bagaimana manajemen mengidentifikasi risiko, melakukan estimasi signifikan risiko, menaksir kemungkinan terjadinya, dan menghubungkannya dengan pelaporan keuangan.

2. Aktivitas pengendalian

Aktivitas pengendalian adalah kebijakan dan prosedur yang membantu memastikan bahwa arahan manajemen dilaksanakan. Aktivitas tersebut membantu memastikan bahwa tindakan yang

diperlukan untuk menanggulangi risiko dalam pencapaian tujuan entitas.

Aktivitas pengendalian mempunyai berbagai tujuan dan diterapkan di berbagai tingkat organisasi dan fungsi. Umumnya aktivitas pengendalian yang mungkin relevan dengan audit dapat digolongkan sebagai kebijakan dan prosedur yang berkaitan dengan hal-hal berikut ini:

- a. *Review* terhadap kinerja.
- b. Pengolahan informasi.
- c. Pengendalian fisik.
- d. Pemisahan tugas.

Auditor harus memperoleh suatu pemahaman atas aktivitas pengendalian yang relevan untuk merencanakan audit. Pada waktu auditor memperoleh pemahaman tentang komponen lain, ia juga mungkin memperoleh pemahaman atas aktivitas pengendalian.

2.3. Efektivitas Penjualan

Aktivitas penjualan dikatakan efektif apabila penjualan pada suatu perusahaan telah mencapai hasil yang diharapkan dan sesuai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Efektivitas penjualan dilihat dari adanya peningkatan kuantitas penjualan, serta melihat kemampuan perusahaan dalam meyalurkan barang, kebijakan, serta strategi yang diterapkan perusahaan.

2.3.1. Pengertian Efektivitas

Pengendalian internal yang memadai bisa meningkatkan efektivitas penjualan. Menurut Kamus Bahasa Indonesia yang diterbitkan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan yang dikutip Dirmansyah (2004, 28) menyatakan bahwa, "Efektivitas adalah keberhasilan suatu tindakan yang diukur berdasarkan pencapaian tujuan tindakan tersebut".

Sedangkan IBK Bayangkara (2008, 14) menyatakan bahwa, "Efektivitas adalah tingkat keberhasilan suatu perusahaan untuk mencapai tujuannya. Efektivitas merupakan ukuran dari output".

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa, efektivitas adalah tingkat keberhasilan tindakan yang dilakukan perusahaan dalam mencapai tujuannya.

2.3.2. Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan salah satu aktivitas yang ada dalam perusahaan. Melalui aktivitas penjualan, maka pendapatan diperoleh. Kotler (2006, 457) menyatakan bahwa, "Penjualan adalah sebuah proses di mana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjual dipenuhi melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan". Sedangkan Jobber (2006) menyatakan bahwa, "Konsep penjualan adalah gagasan bahwa konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk perusahaan kecuali jika perusahaan tersebut melakukan usaha penjualan dan promosi dalam skala besar".

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah aktivitas yang ada dalam perusahaan melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan yang didukung oleh promosi yang cukup dengan tujuan untuk memperoleh pendapatan.

2.3.3. Pengertian Efektivitas Penjualan

Untuk menilai keberhasilan aktivitas penjualan yang dilakukan perusahaan, maka dapat dilihat dari keefektifan penjualan tersebut (<http://dspace.widyatama.ac.id>).

Efektivitas penjualan adalah kegiatan yang dilakukan dengan cara meningkatkan keuntungan atau volume penjualan dengan melihat kemampuan perusahaan dalam menyalurkan barang-barang dan penerapan kebijakan strategis perusahaan. Selain itu, efektivitas penjualan juga dapat diartikan dengan tercapainya tujuan penjualan yang telah ditetapkan atau adanya kesesuaian antara target dengan realisasinya.

Jadi, penjualan akan semakin efektif apabila jumlah realisasi penjualan lebih besar daripada jumlah target penjualan. Sedangkan jika jumlah target penjualan lebih besar dari jumlah realisasi penjualan, maka dipastikan penjualan tidak efektif.

2.3.4. Syarat-syarat Penjualan Efektif

Penjualan merupakan aktivitas yang harus diperhatikan manajemen perusahaan agar pendapatan yang diperoleh dapat menutupi biaya-biaya yang dikeluarkan. Oleh sebab itu agar penjualan efektif, maka terdapat syarat-syarat yang terlebih dahulu harus dipenuhi perusahaan.

Harimurti (2001, 142) menyatakan bahwa penjualan yang efektif harus memiliki syarat-syarat sebagai berikut:

1. Produk atau jasa sangat dibutuhkan setiap orang.
2. Produk atau jasa relatif murah dan bermanfaat.
3. Produk atau jasa mudah didapatkan di mana saja.
4. Produk atau jasa dikenal dan disukai.
5. Produk atau jasa penuh dengan keunggulan yang tidak dimiliki oleh produk lain yang sejenis.

2.3.5. Langkah-langkah Penjualan yang Efektif

Setelah syarat-syarat penjualan terpenuhi, terdapat langkah-langkah yang harus dilakukan agar penjualan efektif. Djaslim (2004, 212) menyatakan bahwa langkah-langkah penjualan yang efektif adalah:

1. Gambar dan harapan
Langkah pertama dalam proses penjualan adalah mengidentifikasi prospek atau calon pembeli.
2. Pendekatan pendahuluan
Dalam pendekatan pendahuluan, yang harus dilakukan wiraniaga adalah:
 - a. Mempelajari dan mengenal calon pembeli dengan menghubungi sumber-sumber yang relevan.
 - b. Menetapkan sasaran kunjungannya.
 - c. Menentukan pendekatan yang terbaik.
 - d. Menyusun strategi penjualan.
3. Pendekatan
Setelah wiraniaga melakukan *preapproach*, maka selanjutnya mempersiapkan diri sedini mungkin, sehingga benar-benar meyakinkan calon pembeli saat kontak, baik langsung maupun tidak langsung.
4. Penyajian dan peragaan
Pada tahap ini, selain menggunakan cara AIDA (*Attention/perhatian, Interest/kepentingan, Desire/keinginan, Action/pembelian*), juga harus menekankan bagaimana manfaat dan keistimewaan produk. Ada 3 gaya yang dipergunakan dalam presentasi penjualan, yaitu:
 - a. Pendekatan terselubung (*the canned approach*), yaitu pembicaraan tentang hal-hal penting dalam penjualan melalui cara stimulus.
 - b. Pendekatan terencana (*the formulated approach*), yaitu pengenalan kebutuhan pembeli dan pembelian mereka.
 - c. Pendekatan pemenuhan kepuasan kebutuhan (*the need satisfaction approach*), yaitu mengamati dan membiarkan calon pembeli menyampaikan isi hatinya sepuas-puasnya, dan barulah ditanggapi wiraniaga secara bijak dan mengena.

2.3.6. Pengukuran Efektivitas Penjualan

Menurut kutipan yang dikutip oleh Antonius (2004, 23), suatu penjualan dapat dikatakan efektif jika perusahaan mempunyai karakteristik sebagai berikut:

1. Peningkatan volume penjualan dan anggaran penjualan yang dapat segera direalisasikan.
2. Terdapat kepuasan pelanggan atas produk yang dipesannya.

Selanjutnya Komarudin (<http://dspace.widyatama.ac.id>) dalam meneliti efektivitas penjualan, terdapat tiga hal yang harus diperhatikan, diantaranya:

1. Target dan realisasi penjualan
 - a. Target adalah: (1) Tujuan yang akan dicapai, (2) Tujuan terperinci yang ingin dicapai yang lazimnya dapat diukur secara kuantitatif, (3) Objek kritisme.
 - b. Realisasi adalah: (1) Penjualan suatu aset perusahaan hingga menjadi uang kas, (2) Memperoleh sesuatu dengan menjual investasi dan usaha, (3) Mengubah sesuatu agar menjadi uang. Dimana dalam setiap periode, perusahaan memiliki target yang telah ditentukan sebagai tolak ukur tercapai atau tidaknya tujuan perusahaan.
2. Biaya penjualan

Biaya adalah ongkos yang tertutup oleh pendapatan yang sedang berjalan, seandainya perusahaan itu ingin mendapatkan laba, sebaliknya untuk investasi modal, hanya sebagian saja yang dimasukkan (depresiasi tahunan) ke dalam pembiayaan.
3. Kepuasan Konsumen

Selain mencari laba, tujuan perusahaan juga memuaskan kebutuhan konsumen, jika kebutuhan konsumen terpenuhi dalam hal ini produk berkualitas dan tepat waktu maka tujuan perusahaan telah tercapai disamping hal-hal lain yang menjadi tujuan perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa efektivitas penjualan dapat diukur dengan meningkatnya volume

(jumlah) penjualan setiap tahun, terealisasinya target penjualan, dan terdapat kepuasan pelanggan atas produk yang dipesannya.

2.4. Peranan Internal Audit atas Pengendalian Intern sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Menunjang Efektivitas Penjualan

Fungsi internal audit saat ini telah berkembang menjadi fungsi yang lebih luas, auditor tidak hanya memberikan suatu penilaian semata, tetapi juga memberikan saran/rekomendasi atas berbagai masalah yang ditemukan sehubungan audit yang dilakukan dalam rangka meningkatkan manfaat atau nilai setiap aktivitas perusahaan. Salah satu aktivitas perusahaan yang harus selalu ditingkatkan manfaat/nilainya adalah aktivitas penjualan. Oleh sebab itu, diperlukan adanya pengendalian intern yang memadai untuk mengurangi risiko tidak diterimanya pendapatan dari penjualan secara utuh dan tepat waktu. Penjualan merupakan salah satu kegiatan perusahaan yang paling penting karena menghasilkan aliran pendapatan yang digunakan untuk menutupi biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan.

Pengendalian intern atas penjualan berfungsi untuk mengawasi dan mengendalikan kegiatan penjualan yang menjadi sumber pendapatan bagi perusahaan, karena apabila sistem pengendalian intern penjualan tidak memadai dapat menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Pelaksanaan audit atas pengendalian intern pada Bagian Penjualan dapat menekan atau memperkecil kemungkinan terjadinya berbagai kecurangan maupun kesalahan pada Bagian Penjualan. Efektivitas penjualan dapat diukur dengan meningkatnya volume (jumlah) penjualan setiap tahun,

terrealisasinya target penjualan, dan terdapat kepuasan pelanggan atas produk yang dipesannya.

Internal audit berperan dalam pencapaian efektivitas penjualan. Penilaian efektivitas didasarkan atas suatu lingkup atau luasnya tujuan suatu organisasi untuk menggunakan sumber daya yang ada dalam mencapai tujuan yang diharapkan. Dengan adanya pelaksanaan audit intern atas penjualan yang memadai, maka pengendalian intern akan semakin efektif, sehingga efektivitas penjualan pun meningkat. Auditor internal bertanggung jawab atas penilaian pengendalian intern perusahaan demi tercapainya efisiensi dan efektivitas, serta ketaatan terhadap kebijakan perusahaan yang telah ditetapkan. Dengan adanya rekomendasi yang diberikan internal auditor dan tindak lanjut yang dilakukan manajemen perusahaan diharapkan efektivitas pengendalian intern dan hasil penjualan yang diperoleh perusahaan meningkat di masa mendatang.

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek yang diteliti penulis adalah peranan internal audit atas pengendalian intern sebagai alat bantu manajemen dalam menunjang efektivitas penjualan. Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan, maka penulis melakukan penelitian pada PT Capsugel Indonesia yang berlokasi di Jalan Raya Jakarta-Bogor Km. 42 Cibinong, Bogor. PT Capsugel Indonesia adalah perusahaan *manufacture*/pabrik pembuat kapsul gelatin (*empty hard gelatin capsule*). Kapsul yang diproduksi adalah kapsul "*blank*"/polos dan kapsul dengan logo *print* sesuai permintaan *customer*.

3.2. Metode Penelitian

Dalam proses pengumpulan data dan informasi yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian, penulis menggunakan metode penelitian untuk memudahkan proses perolehan data dan informasi tertentu berkaitan dengan tujuan penelitian.

3.2.1. Desain Penelitian

Desain penelitian dalam arti luas adalah seluruh proses perencanaan dan pelaksanaan suatu penelitian; sedangkan dalam arti sempit dan khusus, desain penelitian merupakan rencana tentang

cara mengumpulkan dan menganalisis data agar dapat dilaksanakan secara ekonomis serta serasi dengan jenis/tujuan penelitian, mencakup:

1. Jenis, Metode, dan Teknik Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah Deskriptif Eksploratif, yaitu untuk memperoleh data-data relevan yang tujuannya membuat deskripsi, gambaran atau lukisan sistematis, fluktuatif atau mengenai fakta-fakta sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki.

b. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah Studi Kasus, yaitu penelitian dengan karakteristik masalah yang berkaitan dengan latar belakang dan kondisi saat ini dari subjek yang diteliti, serta interaksinya dengan lingkungan.

c. Teknik Penelitian

Teknik penelitian yang digunakan adalah Analisis Kualitatif dan Kuantitatif (nonstatistik), yaitu menggali perilaku faktor penyebab yang menekankan pengungkapan perilaku variabel penelitian. Dengan menggunakan kombinasi metode analisis tersebut diperoleh generalisasi yang bersifat komprehensif.

2. Unit Analisis

Unit analisis merupakan tingkat agregasi data yang dianalisis dalam penelitian. Unit analisis yang digunakan dalam penelitian

ini adalah *organization*, yaitu sumber data yang unit analisisnya merupakan respon dari divisi organisasi/perusahaan di Bagian Internal Audit dan Bagian Penjualan pada PT Capsugel Indonesia.

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Untuk memudahkan proses analisis, maka penulis terlebih dahulu mengklasifikasi variabel penelitian ke dalam dua kelompok, yaitu:

1. Variabel Independen (variabel bebas/tidak terikat) adalah variabel yang dapat mempengaruhi keberadaan variabel dependen, yaitu peranan internal audit atas pengendalian intern.
2. Variabel Dependen (variabel tidak bebas/terikat) adalah variabel yang dapat dipengaruhi keberadaan variabel independen, yaitu menunjang efektivitas penjualan.

Tabel 1.
Peranan Internal Audit atas Pengendalian Intern sebagai Alat Bantu
Manajemen dalam Menunjang Efektivitas Penjualan pada
PT Capsugel Indonesia

| Variabel/Sub Variabel | Indikator | Ukuran | Skala |
|--|---|---|---|
| Peranan Internal Audit atas Pengendalian Intern Sub Variabel: a. Tahapan audit intern | <ul style="list-style-type: none"> • Perencanaan audit • Pelaksanaan audit • Penyampaian hasil audit, temuan, dan rekomendasi • Tindak lanjut hasil audit | Rencana kerja audit Ruang lingkup audit Prosedur audit Laporan hasil audit dan rekomendasi <i>Action Plan</i> | Nominal Nominal Nominal Nominal Nominal |
| b. Aktivitas pengendalian | <ul style="list-style-type: none"> • Penerapan kebijakan dan prosedur | Prosedur yang diterapkan Pemisahan tugas dan otorisasi yang memadai Dokumen dan catatan yang memadai | Nominal Nominal Nominal |
| c. Penaksiran risiko | <ul style="list-style-type: none"> • Identifikasi dan analisis risiko | Metode penilaian risiko <i>Objectives, Risks, Controls, and Action Plan (ORCA)</i> | Nominal |
| Menunjang Efektivitas Penjualan | <ul style="list-style-type: none"> • Perbandingan target penjualan dengan realisasi • Kepuasan Konsumen/ Pelanggan | Jumlah (nominal) target penjualan Jumlah (nominal) realisasi penjualan <i>On Time Delivered Capsules</i> <i>Resolution Complaint < 3 working days</i> <i>Sleeping Stocks</i> | Rasio Rasio Rasio Rasio Rasio |

3.2.3. Metode Penarikan Sampel

Dalam penelitian ini, penulis tidak menggunakan metode penarikan sampel, karena penulis tidak mengetahui besarnya populasi dari data yang diambil. Walaupun tidak menggunakan metode penarikan sampel, tetapi penulis melakukan observasi langsung di PT Capsugel Indonesia dengan melakukan pengamatan terhadap aktivitas pelaksanaan audit internal atas pengendalian intern dan menilai efektivitas penjualan dengan mengolah data berupa target dengan realisasi penjualan tahun 2008-2009.

3.2.4. Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data yang dilakukan penulis dengan cara:

1. Penelitian Kepustakaan

Dalam pengumpulan data, penulis mengumpulkan dan membaca, serta mempelajari buku-buku berhubungan dengan objek yang diteliti. Penelitian kepustakaan ini dilakukan untuk mendapatkan informasi teoretis yang akan menjadi landasan pembahasan dan menganalisis tentang objek yang diteliti. Data yang diperoleh merupakan data sekunder.

2. Penelitian Lapangan

Penelitian lapangan ini dilakukan secara langsung di lokasi penelitian (PT Capsugel Indonesia) untuk mendapatkan data dan informasi dari keadaan yang sebenarnya, sehingga data dan

informasi yang diperoleh lebih bersifat objektif. Data yang diperoleh dari riset ini merupakan data primer.

Dalam melakukan penelitian lapangan untuk memperoleh data dan informasi digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Wawancara (*Interview*), yaitu mengadakan dialog kepada pejabat atau karyawan perusahaan untuk memperoleh data dalam bentuk lisan atau tulisan mengenai masalah yang diteliti.
- b. Kuesioner, yaitu mengajukan daftar pertanyaan yang berhubungan dengan variabel independen dan variabel dependen berkaitan dengan permasalahan yang diteliti yang akan dijawab bagian/pejabat perusahaan.

3.2.5. Metode Analisis

Alat analisis yang digunakan adalah metode analisis Deskriptif Kualitatif dan Kuantitatif (nonstatistik), yaitu pengujian terhadap kenyataan yang ada atas data yang diperoleh berupa angka-angka dan informasi yang dijelaskan dalam bentuk kalimat yang diperlukan, kemudian disusun, dipelajari, dan dianalisis lebih lanjut. Penelitian ini tidak berhubungan dengan analisis stasistik namun menggunakan teori-teori dan rumus-rumus sebagai alat analisisnya. Adapun data yang diolah adalah Prosedur penjualan dan data target dengan realisasi penjualan tahun 2008-2009.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil PT Capsugel Indonesia

4.1.1. Sejarah dan Perkembangan PT Capsugel Indonesia

Capsugel didirikan pada tahun 1963 sebagai cabang dari *Park-Davis & Co.* Kemudian *Parke-Davis & Company* bergabung dengan *Warner Lambert Company* pada tahun 1970. Pada tanggal 14 Februari 1996, *Warner Lambert Company-USA* bekerja sama dengan *International Affiliated Corporation* mufakat untuk menanamkan modalnya di Indonesia sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia. Struktur permodalan di bawah naungan Undang-undang No. 1 Tahun 1967 tentang Penanaman Modal Asing dan Undang-undang No. 11 Tahun 1970 tentang Pengubahan dan Penanaman Modal, dengan komposisi modal sebagai berikut:

- *Warner Lambert Co.* sebesar 90%
- *Intenational Affiliated Corp.* sebesar 10%

Perusahaan baru ini diberi nama PT Capsugel Indonesia yang bergerak dalam industri farmasi dengan memproduksi cangkang kapsul gelatin keras (*Hard Gelatin Capsule/HGC*). Tetapi pemasaran dan pembuatan produk Capsugel secara fungsional terpisah dari *Warner Lambert Co.* Capsugel merupakan pemasok utama cangkang kapsul di dunia, dengan menguasai +/- 50% pasar yang membutuhkan HGC. Pusat dari Capsugel berada di New Jersey, Amerika Serikat dengan

fasilitas produksi yang berlokasi di 10 negara di seluruh dunia, mencakup Amerika Serikat (Greenwood, South Carolina), Mexico (Mexico City), Belgia (Bornem), Perancis (Colmar), Thailand (Ayutthaya), Indonesia (Bogor), Cina (Suzhou), Jepang (Sagamihara), Australia (Sydney) dan India (Haryana).

PT Capsugel Indonesia berlokasi di Desa Pabuaran, Kecamatan Cibinong, Kabupaten Bogor. Alasan pemilihan pabrik di Cibinong dengan mempertimbangkan faktor jarak yang dekat dengan daerah pemasaran utama kapsul gelatin, yaitu DKI Jakarta dan Jawa Barat. Bangunan pabrik tersebut berpindah tangan dari PT Gelatindo Mukti Graha pada tanggal 29 September 1995 dengan luas lahan 9.292 m² dan luas bangunan 3.292 m². Tahun 2001, PT Capsugel Indonesia menjadi bagian dari Pfizer International (Pfizer Inc., Amerika). Area gudang bahan baku dan kapsul seluas 2.000 m² yang beralamat di Jl. Raya Bogor Km 47, Cibinong. PT Capsugel Indonesia mulai berdiri pada bulan April 1996 dan setelah pemasangan mesin-mesin mulai beroperasi pada bulan November 1996.

4.1.2. Struktur Organisasi, Tugas, dan Wewenang

Struktur organisasi sangat penting untuk menyatakan hubungan kerja dan pertanggungjawaban masing-masing bagian di dalam suatu perusahaan. Struktur organisasi ini dapat pula digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan atas dasar kerjasama yang mempunyai susunan secara formal dan jelas, serta mengaskan hubungan antara bagian yang satu dengan bagian yang lain.

Karena banyaknya unit-unit kerja pada PT Capsugel Indonesia, yaitu *Site Manager, Executive Assistant, Internal Audit, Human Resources and General Affair (HR and GA) Manager, Information and Technology (IT) Manager, Operations Manager, Printing Manager, Melting and Engineering Manager, Territory Sales Manager, Customer Service Manager, Business Development Manager, Supply Chain Manager, Sales and Marketing Manager, Quality Assurance Manager, Accounting Manager, Finance and Accounting Manager*, maka penulis membatasi uraian tugas dan wewenang hanya pada bagian yang terkait, sebagai berikut *Site Manager, Internal Audit, Sales and Marketing Manager, Territory Sales Manager, Customer Service Manager, Business Development Manager, Supply Chain Manager, Accounting Manager, Finance and Accounting Manager*.

1. *Site Manager*

Tugas dan tanggung jawab:

a. *Manufacturing*

- 1) Mengatur pengoperasian PT Capsugel Indonesia dan mengkoordinasikan setiap kegiatan untuk mencapai target YIP, *Yields*, faktor Gel, dan indikator produksi lain.
- 2) Mengawasi pengoperasian pabrik agar sesuai garis pedoman EHS.
- 3) Mengkoordinasi dan mengontrol seluruh proyek seperti yang ditulis di *Capital Plan*.
- 4) Memastikan pencapaian target ROAM sebagai unit bisnis.

b. *Quality*

- 1) Memastikan proses pembuatan cangkang kapsul sesuai standar kualitas dan spesifikasi *Capsugel Division*.
- 2) Memastikan adanya penyelesaian terhadap keluhan-keluhan yang diajukan *customer*.

c. *Administration*

- 1) Mengawasi seluruh keadaan perusahaan secara umum dan mengatur administrasi keuangan di pabrik dan di wilayah penjualannya.
- 2) Menetapkan pelaksanaan, mengontrol prosedur internal, dan menjamin informasi sampai level di perusahaan.
- 3) Memastikan terlaksananya seluruh hukum dan peraturan yang ditetapkan oleh Pfizer.

d. HRD

- 1) Mengatur dan mengawasi semua pelaksanaan manajemen sumber daya manusia di PT Capsugel Indonesia.
- 2) Mengatur penerimaan dan pemberhentian karyawan di PT Capsugel Indonesia dan negara lain yang ditunjuk.
- 3) Mengefektifkan seluruh anggota dalam organisasi untuk memastikan pencapaian tujuan termasuk membuat perencanaan organisasi, pengembangan dan pelatihan karyawan, realisasi perencanaan, pencapaian kualitas karyawan, dan lain-lain.

4) Mengadakan pertemuan pada waktu–waktu tertentu dengan *Representative Workforce* untuk membahas permasalahan yang terjadi dan memberikan solusi dari permasalahan tersebut.

e. Finance & IT

1) Mengatur dan mengawasi seluruh bagian keuangan PT Capsugel Indonesia dan kerjasama dengan *Regional and Divisional Finance Management*.

2) Membuat dan mengontrol seluruh anggaran; bertanggung jawab untuk melaporkan agar sesuai prosedur dan batas akhir yang ditentukan *Regional and Divisional Management*.

3) Mengawasi kegiatan IT di PT Capsugel dan memastikan IT sejalan dengan tujuan bisnis dan menjamin adanya perbaikan terhadap kerusakan sistem komputerisasi yang terjadi di perusahaan.

f. Legal

Bertanggung jawab mengawasi pelaksanaan hukum dan peraturan di PT Capsugel Indonesia dan dalam manajemen perusahaan di negara yang ditunjuk sesuai perundang-undangan pemerintah dan peraturan yang dibuat Pfizer.

g. Melaksanakan tugas dan tanggung jawab sesuai SOP yang berlaku, antara lain HRD-GA-01 tentang Penerimaan dan Seleksi Karyawan, IT-COM-01 tentang Prosedur Penggunaan Komputer Sistem dan Peralatan, MAR-PLA-01 tentang Prosedur

Penanganan Pelanggan, PRO-HCM-011 tentang Prosedur Memproduksi Kapsul Halal.

- h. Bertanggung jawab terhadap tugas sesuai peraturan yang telah ditetapkan serta ISO 9001, 14001, dan OHSAS 18001 dengan memahami kebijakan Mutu dan Lingkungan 2004, daftar Identifikasi Peraturan *Health and Safety-EHS-ENV-08b*.
- i. Berperan aktif dalam implementasi program ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, GMP, *Pfizer Values, Leader Behaviour* dan Program 5S, serta *Six Sigma* sesuai tugas, tanggung jawab, dan wewenang masing-masing dengan cara mengikuti *training*, memahami program-program, melaksanakan program, membantu pelaksanaan program, khususnya dalam hal pelaksanaan audit program.

Wewenang:

- 1) Mensahkan kebijakan PT Capsugel Indonesia.
- 2) Mewakili perusahaan baik internal maupun eksternal.

2. Internal Audit

Tugas dan tanggung jawab:

- a. Memantau dan mengaudit sistem (ISO, OHSAS, CPOB) yang telah diimplementasikan.
- b. Memberikan instruksi pengarahan pelaksanaan audit dan mereview *draft* laporan.
- c. Menghadiri rapat yang berkaitan dengan mutu, baik internal atau eksternal termasuk *customer*.

- d. Membuat laporan audit, baik audit internal dan audit yang dilakukan *customer*, pemerintah, dan badan sertifikasi.
- e. Melaksanakan audit khusus berdasarkan permintaan manajemen atau pengembangan dari audit rutin atau informasi dari pihak lain.
- f. Menindaklanjuti hal-hal yang berkaitan dengan temuan audit atau *follow up*.
- g. Memberikan persetujuan untuk laporan hasil audit serta rekomendasi audit.
- h. Menyusun dan mengembangkan audit program.
- i. Bertanggung jawab terhadap tugas sesuai peraturan yang telah ditetapkan dan CPOB/GMP, ISO 9001, 14001, dan OHSAS 18001 dengan memahami kebijakan Mutu dan Lingkungan 2004, daftar identifikasi peraturan *Health and Safety-EHS-ENV-08b*.
- j. Berperan aktif dalam implementasi program ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, 5S, GMP, *Six Sigma*, *Pfizer Values* dan *Leader Behaviour* sesuai tugas, tanggung jawab, dan wewenang masing-masing.
- k. Bertanggung jawab membuat perencanaan, melakukan koordinasi, menerapkan dan menegakkan ketentuan dalam program kerja yang berkaitan dengan program K3 (Kesehatan, Kesejahteraan Karyawan) dan lingkungan (*environment*) di lingkungan kerja PTC.

Wewenang:

- a. Memberikan perintah untuk audit rutin dan non rutin.

- b. Memberikan saran/rekomendasi kepada seluruh unit.
- c. Memberikan teguran, pernyataan, dan peringatan langsung atas kualitas kerja kepada seluruh bagian yang ada di lingkungan PTC.
- d. Memiliki akses ke seluruh unit di kawasan/lingkungan PTC.

3. *Sales and Marketing Manager*

Tugas dan tanggung jawab:

- a. Memantau pasar dan bertanggung jawab dalam pencapaian target yang telah ditentukan manajemen untuk jumlah penjualan dan harga rata-rata (*ASP – Average Selling Price*).
- b. Memantau fungsi dan tanggung jawab terhadap TSM/CSR/TSE dalam melaksanakan pekerjaannya dengan efisien penuh untuk melanjutkan perbaikan servis terhadap pelanggan dalam mencapai kepuasan pelanggan.
- c. Melakukan pelaksanaan kegiatan dan promosi secara efektif sebagai penunjang pengembangan penjualan dan meningkatkan *image* produk kepada pelanggan.
- d. Melakukan kegiatan yang terus-menerus untuk pengembangan, baik terhadap pengembangan pasar maupun produk-produk baru yang akan dihasilkan pelanggan.
- e. Melakukan pengarahan, memimpin, dan memotivasi tim penjualan dan pemasaran.
- f. Menjaga komunikasi yang lancar terhadap semua personil, baik dalam perusahaan maupun pelanggan dengan kunjungan rutin dan perencanaan pemasaran.

- g. Menjaga keefektifan strategi, baik penjualan maupun promosi pada tanggung jawab di setiap negara untuk mencapai keuntungan yang maksimum dalam menentukan dana/pengeluaran/*budget*.
- h. Melakukan perencanaan *marketing* secara konsisten terhadap divisi secara objektif.
- i. Membuat dan melaksanakan *Sales and Marketing Strategic Plan*.
- j. Mengkoordinasikan kegiatan *Sales and Marketing* dengan pihak regional dan divisi Capsugel.
- k. Melaksanakan tugas dan tanggung jawab sesuai SOP yang berlaku, antara lain MAR-PLA-01 tentang Prosedur Penanganan Pelanggan, MAR-PLA-04 tentang Prosedur Produksi untuk *Stock*, MAR-PLA-08 tentang Prosedur Permintaan Sampel Kapsul.
- l. Bertanggung jawab terhadap tugas sesuai peraturan yang telah ditetapkan dan ISO 9001, 14001, dan OHSAS 18001 dengan memahami kebijakan Mutu dan Lingkungan 2004, daftar Identifikasi Peraturan *Health and Safety*-EHS-ENV-08b.
- m. Turut serta mensukseskan implementasi ISO 9001, 14001, OHSAS 18001, *Pfizer Values, Leader Behaviour* dan Program 5S, serta *Six Sigma*.

Wewenang:

- a. Mendiskusikan target dan perencanaan dengan tim *Sales and Marketing* secara periodik dan jelas.
- b. Memberikan pengarahan terhadap kendala pemasaran yang dihadapi dan jalan keluarnya.

- c. Menentukan *support* yang akan diberikan kepada pelanggan utama (sesuai target yang dicapai) setelah mendapatkan masukan dari TSR dan TSM.
- d. Memberikan pengarahan terhadap *training/pelatihan* yang diperlukan tim *Sales and Marketing*.
- e. Menandatangani *Cash Advance* dengan tujuan pembelian sebesar kurang dari atau sama dengan Rp 10.000.000 dengan memberikan laporan kepada *Site Manager*.

4. *Territory Sales Manager*

Tugas dan tanggung jawab:

- a. Melakukan tindakan agar penjualan sesuai target, baik secara unit/volume maupun harga rata-rata (*ASP–Average Selling Price*).
- b. Melakukan kunjungan rutin, memberikan servis maupun mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan kegiatan saat ini maupun pemasaran masa mendatang, melakukan perencanaan yang berkaitan dengan tren pemasaran untuk target masa panjang dari divisi dan memberikan data penunjang/informasi kepada atasan (*Sales and Marketing Manager*).
- c. Memberikan laporan mingguan untuk situasi pasar, informasi pelanggan, masalah–masalah, keuntungan–keuntungan yang dapat diperoleh, dan keadaan/hasil penjualan baik secara unit/volume maupun harga (*ASP*).

- d. Menyarankan/mengembangkan kegiatan promosi/periklanan bersama *Sales and Marketing Manager* untuk pengembangan pemasaran kapsul di masa sekarang dan mendatang.
- e. Melakukan evaluasi secara terus menerus untuk perbaikan mutu dan keefektifan tim servis terhadap pelanggan.
- f. Melakukan koordinasi dan bekerja sama dengan departemen lainnya untuk pelaksanaan pemecahan masalah, perencanaan produksi, laporan guna mencapai kepuasan terhadap seluruh pelanggan.
- g. Melaksanakan tugas dan tanggung jawab sesuai SOP yang berlaku, antara lain MAR-PLA-01 tentang Prosedur Penanganan Pelanggan, MAR-PLA-04 tentang Prosedur Produksi untuk *Stock*, MAR-PLA-08 tentang Prosedur Permintaan Sampel Kapsul.
- h. Bertanggung jawab terhadap tugas sesuai peraturan yang telah ditetapkan dan ISO 9001, 14001 dan OHSAS 18001 dengan memahami kebijakan Mutu dan Lingkungan 2004, daftar Identifikasi Peraturan *Health and Safety-EHS-ENV-08b*.
- i. Turut serta mensukseskan implementasi ISO 9001, 14001, OHSAS 18001, *Pfizer Values, Leader Behaviour* dan Program 5S, serta *Six Sigma*.

Wewenang:

- a. Melakukan kunjungan rutin, memberikan servis maupun mengumpulkan informasi berkaitan kegiatan saat ini maupun pemasaran masa mendatang, melakukan perencanaan yang

berkaitan dengan tren pemasaran untuk target masa panjang dari divisi dan memberikan data penunjang/informasi kepada atasan (*Sales and Marketing Manager*).

- b. Menyarankan/mengembangkan kegiatan promosi/periklanan bersama dengan *Sales and Marketing Manager* untuk pengembangan pemasaran kapsul untuk masa sekarang dan mendatang.
- c. Melakukan evaluasi secara terus menerus untuk perbaikan mutu dan keefektifan dari tim servis terhadap pelanggan.

5. *Customer Service Manager*

Tugas dan tanggung jawab:

- a. Secara rutin, dalam periode waktu tertentu; mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan, khususnya dari segi *problem handling, quality product* dan *delivery*, berkerja sama dengan *Technical Service Engineer* dan *Production Department*.
- b. Menyiapkan laporan yang dibutuhkan di bagiannya, antara lain *weekly report, monthly sales and pending reports*, dan sebagainya.
- c. Bekerja sama dengan *Production Department*, menyiapkan rencana produksi dan mengawasi secara ketat untuk memaksimalkan keuntungan yang dapat diperoleh, baik bagi perusahaan maupun pelanggan.
- d. Memonitor jadwal pengiriman produk agar sesuai permintaan pelanggan.

- e. Memonitor dan meng-*update* data *inventory*.
- f. Melaksanakan tugas dan tanggung jawab sesuai SOP yang berlaku, antara lain MAR-PLA-03 tentang Prosedur Membuat *Work Order*, MAR-PLA-06 tentang Prosedur Pengiriman *Order*, MAR-PLA-09 tentang Penanganan Keluhan *Customer*.
- g. Bertanggung jawab terhadap tugas sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan dan ISO 9001, 14001 dan OHSAS 18001 dengan memahami kebijakan Mutu dan Lingkungan 2004, daftar Identifikasi Peraturan *Health and Safety-EHS-ENV-08b*.
- h. Berperan aktif dalam implementasi program ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, GMP, *Pfizer Values*, *Leader Behaviour* dan Program 5S, serta *Six Sigma* sesuai tugas, tanggung jawab, dan wewenang masing-masing dengan cara:
 - 1) Mengikuti *training*,
 - 2) Memahami program-program,
 - 3) Melaksanakan program-program, dan
 - 4) Membantu pelaksanaan program, misalnya dalam hal pelaksanaan audit.

6. *Business Development Manager*

Tugas dan tanggung jawab:

a. *Sales*

- 1) Mempersiapkan data analitis pelanggan, sejarah/YTD dan *potential figures* untuk mendukung aktivitas jumlah penjualan.

- 2) Mempersiapkan data analitis produk, sejarah/YTD dan *potential figures*.
- 3) Memperbaharui pengetahuan farmasi dari departemen.
- 4) Memperbaharui pasca pasar.
- 5) Memperbaharui kemampuan berkompetisi.
- 6) Memperbaharui kesulitan dan pasar HFS.

b. *Market Strategy*

Membantu dan melaksanakan strategi *marketing* dengan *support* dari *Regional Marketing Manager*.

c. *Planning for Promotion*

- 1) Mengusulkan, mengkoordinasikan dan membangun sasaran dan menyesuaikan promosi peralatan yang dibuat.
- 2) Melaksanakan rencana yang diakui dan disetujui agar dapat terjadi.
- 3) Mengevaluasi dan memilih agen promosi.
- 4) Memperbaharui peralatan promosi.
- 5) Mengusulkan dan mengidentifikasi permintaan yang penting dalam pangsa pasar.
- 6) Berpartisipasi dan mengkoordinasi simposium dan seminar.
- 7) Mengusulkan *gimmicks* dan mengontrol inventaris.

d. *TCS (Total Customer Satisfaction)*

- 1) Memperbaharui dan menindak lanjuti TCS survei.
- 2) Mempersiapkan rencana untuk membangun dan memperbaiki *versus result*.

e. *Promotion Budget Control*

- 1) Mengkoordinasi dana perbaikan dan promosi.
- 2) Memonitor dana, apakah ada di dalam rencana atau tidak; dan bila tidak, membuat perbaikan sesegera mungkin.
- 3) Mengevaluasi dan merekomendasi acara yang belum direncanakan.

f. Melaksanakan tugas dan tanggung jawab sesuai SOP yang berlaku, antara lain MAR-PLA-01 tentang Prosedur Penanganan Pelanggan, MAR-PLA-04 tentang Prosedur Produksi untuk *Stock*, MAR-PLA-08 tentang Prosedur Permintaan Sampel Kapsul.

g. Bertanggung jawab terhadap tugas sesuai peraturan yang telah ditetapkan dan ISO 9001, 14001, dan OHSAS 18001 dengan memahami kebijakan Mutu dan Lingkungan 2004, daftar Identifikasi Peraturan *Health and Safety-EHS-ENV-08b*

h. Turut serta mensukseskan implementasi ISO 9001, 14001, OHSAS 18001, *Pfizer Values, Leader Behaviour* dan Program 5S, serta *Six Sigma*.

Wewenang:

- a. Melakukan persentasi produk kepada *customer* dan calon *customer*.
- b. Memutuskan *supplier*/pembuat materi promosi.
- c. Memutuskan harga penawaran akhir barang jika masih dalam *range* harga yang diizinkan.

- d. Menandatangani *Cash Advance* dengan tujuan pembelian sebesar kurang dari atau sama dengan Rp 10.000.000 dengan memberikan laporan kepada *General Manager*.

7. *Supply Chain Manager*

Tugas dan tanggung jawab:

- a. Melaksanakan tugas dan tanggung jawab sesuai SOP yang berlaku, antara lain PUR-PP-02 tentang Prosedur Penentuan *Vendor*, PUR-PP-07 tentang Prosedur Evaluasi *Vendor* Mampu.
- b. Bertanggung jawab terhadap tugas sesuai peraturan yang telah ditetapkan dan ISO 9001, 14001, dan OHSAS 18001 dengan memahami kebijakan Mutu dan Lingkungan 2004, daftar Identifikasi Peraturan *Health and Safety*-EHS-ENV-08b.
- c. Berperan aktif dalam implementasi program ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, 5S, GMP, *Six Sigma*, *Pfizer Values* dan *Leader Behaviour*, sesuai tugas, tanggung jawab, dan wewenang masing-masing, dengan cara:
 - 1) Mengikuti *training*.
 - 2) Memahami program-program.
 - 3) Melaksanakan program-program.
 - 4) Membantu pelaksanaan program-program, misalnya dalam hal audit.

Wewenang:

- a. Menentukan pemasok yang sesuai permintaan.

- b. Memberikan persetujuan atas pengiriman barang jadi yang di luar ketentuan SOP.

8. *Accounting Manager*

Tugas dan tanggung jawab:

- a. Mengawasi pekerjaan secara efisien dengan menetapkan laporan keuangan/informasi dan laporan lain yang berhubungan dengan akuntansi dan keuangan secara tepat waktu dan akurat, termasuk *me-maintain* laporan kepada pihak manajemen termasuk semua laporan/formulir-formulir Pfizer secara tepat.
- b. *Maintenance* kebenaran sistem dan prosedur akuntansi dan keuangan dan mematuhi peraturan Pfizer USGAAP dan Prinsip Sistem Akuntansi Keuangan Indonesia dan juga peraturan perpajakan yang ada, termasuk *maintain* ketepatan *accounting control record*, *maintain* ketepatan struktur *chart of account*, *monitoring* ketepatan dan keabsahan dokumen, serta *maintain* dan *me-monitoring report schedule* dan *distribution*.
- c. Mengeluarkan semua laporan keuangan/manajemen dan laporan lainnya atas instruksi *Finance and Accounting Manager*.
- d. Bertanggung jawab terhadap transaksi perusahaan termasuk melaksanakan penagihan dan pembayaran, memeriksa pembebanan Debit/Kredit *Note* ke dan dari afiliasi perusahaan, dan rekonsiliasi antar perusahaan afiliasi.
- e. Mengawasi penyelesaian terhadap pembayaran *cash advance* (bon sementara) termasuk mengawasi dalam menentukan semua

transaksi *cash advance* dalam periode waktunya termasuk mengirim surat peringatan kepada pegawai khusus (yang bersangkutan), mengawasi dan mencatat transaksi *cash advance* untuk menghindari transaksi *cash advance* secara bersamaan yang dilakukan karyawan, mengecek laporan biaya dan memastikan bahwa hal-hal yang mengenai *cash advance* telah dihitung dalam laporan biaya.

- f. *Follow up* pembayaran jangka panjang kepada *suppliers*.
- g. *Follow up* penundaan penyelenggaraan ulang CPA dan juga memelihara pendataan aset perusahaan dan biaya penyusutan atas aset tersebut, termasuk persiapan CPA sebagaimana persiapan perencanaan *capital plan*, rekonsiliasi dengan G/L, pembuktian terhadap keberadaan dari aset dengan mendata ke dalam daftar dalam laporan keuangan perusahaan, dan cek *supporting document*.
- h. Mengecek terhadap ketetapan dan menyakinkan pembenaran dalam penghitungan data sebelum pembayaran dibuat (dilakukan).
- i. Menangani dan memonitor semua transaksi yang berhubungan dengan masalah pajak, yaitu restitusi, SKP *review*, *tax audit*, menjalin hubungan baik dengan Kantor Pajak.
- j. Memonitor operasional efisiensi perusahaan antara aktual dan *budget*-nya, meliputi:

- 1) Monitoring transaksi-transaksi pengeluaran/biaya antara *actual* dan *budget*.
 - 2) *Petty cash*.
 - 3) *Voucher Payable*.
 - 4) *Bank Payment Voucher*.
- k. *Maintain* dan *monitoring* atas ketepatan transaksi *general ledger*, meliputi:
- 1) *Monitoring* transaksi *account payable*.
 - 2) *Monitoring* transaksi *account receive*.
 - 3) *Accrued expense*.
 - 4) *Tax Payable*.
- l. *Maintain* dan *monitoring* Hutang Piutang perusahaan terhadap pihak ketiga, meliputi:
- 1) *Aging report*.
 - 2) *Bad debt monitoring*.
 - 3) *Monitoring cash payment/receive projected*.
- m. Meneliti keabsahan atas transaksi sebelum disetujui dan ditandatangani *F&A Accounting*, meliputi:
- 1) *Check supporting* dokumen yang sah dan lengkap.
 - 2) *Validation*.
- n. *Maintain* dan *monitoring* transaksi *Intercompany*, meliputi:
- 1) *Follow up, collect, dan payment*.
 - 2) Mengecek pembebanan *debit note charges* dari/untuk afiliasi.
 - 3) Rekonsiliasi antara rekening perusahaan afiliasi.

- o. Melaksanakan tugas dan tanggung jawab sesuai SOP yang berlaku, antara lain FA-ACC-01 tentang Prosedur *Advance Payment*, FA-ACC-02 tentang Prosedur Persetujuan Kegiatan Karyawan.
- p. Bertanggung jawab terhadap tugas sesuai peraturan yang telah ditetapkan dan ISO 9001, 14001, dan OHSAS 18001 dengan memahami kebijakan Mutu dan Lingkungan, daftar Identifikasi Peraturan *Health and Safety-EHS-ENV-08b*.
- q. Berperan aktif dalam implementasi program ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, 5S, GMP, *Six Sigma*, *Pfizer Values* dan *Leader Behaviour* sesuai tugas, tanggung jawab, dan wewenang masing-masing dengan cara mengikuti *training*, memahami program-program, melaksanakan program-program, dan membantu pelaksanaan program-program, misalnya dalam hal audit.

Wewenang:

- a. Melakukan verifikasi terhadap semua transaksi keuangan yang ada di PT Capsugel Indonesia.
- b. Melaksanakan dan mengontrol pelaksanaan perencanaan yang berkaitan dengan bidang keuangan di PT Capsugel Indonesia.
- c. Menyetujui atau menolak bon sementara.
- d. Menandatangani *cash advance* dengan tujuan pembelian sebesar kerang dari atau sama dengan Rp 10.000.000 dengan memberikan laporan kepada *General Manager*.

9. *Finance and Accounting Manager*

Tugas dan tanggung jawab:

- a. Membuat, mendirikan, memelihara dan mengembangkan serta mengontrol sistem akuntansi dan keuangan perusahaan.
- b. Melaporkan laporan keuangan (T/R, P/L, B/S) dan memastikan keakuratan serta ketepatan waktu laporan bulanan.
- c. Mengatur pembayaran pajak dan memberikan masukan mengenai perpajakan untuk operasional perusahaan.
- d. Mengatur pertemuan dengan tim manajemen, memberikan masukan mengenai peraturan perusahaan, prosedur dan kebijakan perusahaan yang berhubungan dengan administrasi.
- e. Merekrut dan mengembangkan staf akuntansi dan keuangan guna memenuhi tuntutan perusahaan serta pengembangan di masa depan.
- f. Membuat dan menganalisa laporan *forecast* setiap bulan.
- g. Mengkoordinasikan laporan *budget*.
- h. Melaksanakan tugas dan tanggung jawab sesuai SOP yang berlaku, antara lain FA-ACC-01 tentang Prosedur *Advance Payment*, FA-ACC-02 tentang Prosedur Persetujuan Kegiatan Karyawan.
- i. Bertanggung jawab terhadap tugas sesuai peraturan yang telah ditetapkan dan ISO 9001, 14001, dan OHSAS 18001 dengan memahami kebijakan Mutu dan Lingkungan, daftar Identifikasi Peraturan *Health and Safety*-EHS-ENV-08b.

ukuran/*size*; mulai dari *size* 000, 00, 0e1, 0, 1, 2, 3, 4 dan DB-AA, DB-A, DB-C, dan DB-D. Kapsul yang diproduksi adalah kapsul *blank*/polos dan kapsul dengan logo *print* sesuai dengan permintaan *customer*.

Kapsul gelatin telah disertifikasi Halal dari Islamic Food and Nutrition Council of America (IFANCA) sejak tahun 1998 dan sejak tahun 2000 telah memperoleh sertifikasi Halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan juga memperoleh sertifikasi dari Kosher. Kapsul yang dihasilkan disuplai ke industri farmasi, jamu/obat asli Indonesia dan suplemen, di pasar lokal maupun pasar ekspor untuk wilayah Malaysia, Hongkong, Pakistan, India, Australia, New Zealand, Brazil, Eropa, dan Amerika.

Faktor layanan yang juga ditawarkan kepada *customer* adalah pelayanan teknis oleh teknisi yang terlatih dan berpengalaman serta sistem *expert* dalam membantu proses formulasi obat. Sistem *expert* adalah suatu program komputer dalam membantu formulasi obat, yang mempergunakan kumpulan pengetahuan tentang formulasi obat di dalam kapsul. Program ini dikembangkan oleh ahli-ahli dari International Pharmaceutical Group dari 3 universitas ternama di Mariland, London, dan Tokyo. Hal ini telah terbukti meningkatkan keterampilan dan fasilitas formulasi produk kapsul.

Seluruh karyawan telah dilatih secara intensif di dalam dan di luar negeri untuk mengembangkan keahlian dan pengetahuannya, sehingga dapat memproduksi dan menjaga mutu kapsul yang dihasilkan dan memberikan pelayanan terbaik kepada *customer*.

4.2. Bahasan Identifikasi dan Tujuan Penelitian

4.2.1. Pengendalian Intern atas Penjualan pada PT Capsugel Indonesia

Fungsi utama penerapan pengendalian intern terhadap penjualan untuk mengamankan atau melindungi aktivitas penjualan dan penerimaan hasil penjualan (pendapatan) dari segala tindakan yang menyebabkan terlambatnya arus pendapatan yang diperoleh seperti pemborosan, kecurangan, penggelapan, dan hal lainnya yang merugikan perusahaan. Adanya pengendalian intern atas penjualan sangat membantu pimpinan dalam pengawasan dan pengendalian terhadap semua aspek penjualan.

4.2.1.1. Prosedur Penjualan

Prosedur penjualan yang diterapkan PT Capsugel Indonesia, sebagai berikut:

1. Prosedur Penerimaan *Order*, terdiri:

a. Penerimaan, Tinjauan, dan Negosiasi *Order*, meliputi:

- 1) CSR menerima *order* dari *customer* secara lisan melalui telepon atau melalui faks, email, dan atau SMS.
- 2) Bila *order* dari *customer* secara lisan atau melalui email dan tidak mengeluarkan PO yang menerangkan *item* secara lengkap, maka CSR mengisi *form Incoming Order* (MAR-PLA-01f) sebagai pengganti PO, dan CSA melakukan verifikasi ulang kepada *customer* terhadap isi dari *form* tersebut, atau

sebaliknya CSA yang mengisi *form* dan CSR yang melakukan verifikasi.

- 3) Apabila *order* diterima dari *customer* baru/calon *customer*, maka CSR menginformasikannya kepada TSM, melalui telepon dan mengisi *form New Customer Creating Application* (MAR-PLA-01a). Selanjutnya TSM mengadakan kunjungan/kontak lewat telepon untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas mengenai calon *customer* dan menjelaskan produk, harga jual, dan kondisi-kondisi yang dapat ditawarkan.
- 4) Sebelum memproses *order*, CSR melakukan pengecekan di sistem AX apakah PO sudah pernah diproses/belum dengan cara *filter by field* di kolom *Customer Requisition* lalu ketik nomor PO *customer*.
- 5) Tinjauan *order* dilakukan CSR meliputi spesifikasi kapsul, harga, *stock*, batas kredit, jangka waktu pembayaran dan jadwal pengiriman; selanjutnya CSR meminta *Planner* menentukan tanggal pengiriman.
- 6) Apabila ada ketidaksesuaian pada PO/*order customer* dengan data di sistem, maka CSR menunda proses pembuatan PO dan melakukan konfirmasi ulang dengan *customer*. Sebelum ada keputusan/kepastian

dari *customer*, CSR menyimpan *pending* PO dalam map dan memberikan catatan khusus.

- 7) Apabila order merupakan suatu produk baru, maka dibuatkan permintaan pembuatan warna (*color matching*) ke bagian QA/Lab. dengan menggunakan *form Color Sample Request* (MAR-PLA-01b) *on line* di *Server idjimd03/CSR*. CSR memproses *order* setelah mendapat persetujuan warna dari *customer*. CSR membuat *item key* baru dan menginformasikan kepada bagian QA atau bagian terkait lainnya. Setelah CSR menerima verifikasi *item key* baru dari pihak terkait maka CSR membuka *lock item key*.
- 8) *Order customer* yang memerlukan proses *printing* dengan disain/logo baru, dibuatkan permintaan pembuatan logo dengan *form Artwork Order* (MAR-PLA-01c).
- 9) Apabila *customer* menyetujui *artwork* pada poin 8 dan memberikan persetujuan untuk pembelian *Gravure Roll*, maka CSR memesan *Gravure Roll* kepada bagian *Produksi/Print PE* dengan menggunakan *form Gravure Roll Order* (MAR-PLA-01d) dan mengisi permintaan pembelian (*Planned purchase orders*) di sistem AX sesuai *User Manual CSR*.

b. Input Order di Sistem, meliputi:

- 1) Apabila *item key* belum pernah di input di sistem, maka CSR menginput *item key* baru sesuai SOP MAR-PLA-01.
- 2) Apabila diperlukan modifikasi harga di sistem, maka CSR melakukan prosedur sesuai SOP MAR-PLA-07.
- 3) *Order* entri dilakukan sesuai petunjuk *User Manual* CSR dengan urutan, sebagai berikut:
 - a) *Create, Posting and Print Order Confirmation.*
 - b) *Create, Posting and Print SP15*, kecuali *stock* tersedia dan bisa dilakukan pengiriman langsung dari *stock*, maka CSR tidak melakukan tahap 2). Sebagai pengganti, CSR melakukan reservasi terhadap *stock* tersebut.
- 4) Beberapa petunjuk khusus untuk SP15:
 - a) *Order* dengan proses BOM, maka CSR memberikan cap *BOM Required* pada SP15 dan input *no batch* stok pada kolom *Production Info* serta melampirkan daftar *stock* yang dilengkapi dengan lokasi *stock*.
 - b) *Order* dengan proses pembatalan *order* lain/tukar tempat, maka pada SP-15 dicap *no batch* yang di *delete* dari BCFT1 dan Dynamic AX dan input alasan pembatalan/tukar tempat.

- c) *Order* dengan *item key* baru, maka pada SP15 ditulis note: *Item Key* Baru dan alasannya. Bila *item key* baru karena ada perubahan warna/*print*, maka dilampirkan persetujuan warna/*print* tersebut.
- 5) Proses *order entry* menghasilkan dua (2) buah dokumen yaitu SP-15 dan *Order Confirmation*. Khusus *order* ekspor, bila *customer* menginginkan bisa menggunakan *Proforma Invoice* sebagai pengganti *Order Confirmation* yang meliputi biaya pengiriman aktual khusus *order* dengan term *FOB* atau *Ex Work* di mana biaya pengiriman ditanggung *customer*.
- 6) Apabila batas kredit sudah melampaui ketentuan berlaku, maka CSR mengajukan persetujuan berdasarkan ketentuan sesuai SOP FA-ACC-03. Bila tidak disetujui, maka CSR menginformasikan kepada *customer* untuk memenuhi kewajibannya terlebih dulu.
- c. Persetujuan *Order* dan Dokumentasi
- 1) CSR meminta persetujuan CSM untuk SP-15 dan OC/*Proforma Invoice* dengan melampirkan PO atau *form Incoming Order* dan Persetujuan Harga bila tidak ada PO atau harga tidak tercantum di PO.

Khusus *order* sampel, maka CSR melampirkan *form* MAR-PLA-11a *Sample Capsule Request*.

- 2) Bila SP-15 tidak diperlukan karena pengiriman langsung dari stok, maka CSR melampirkan daftar stok yang telah direservasi di sistem.
- 3) CSR memberikan SP-15 kepada *Planner* dan mengirimkan OC/*Proforma Invoice* ke *customer* dan meminta persetujuan *customer*. Persetujuan *customer* bisa berupa tandatangan *customer* pada OC/*Proforma Invoice* atau lewat email atau lisan lewat telepon. Selanjutnya CSR menyimpan *Order Confirmation/ Proforma Invoice* berdasarkan urutan nomor SO di *file pre Shipment*.

d. Amandemen *Order*

Apabila ada perubahan/pembatalan/*pending order*, CSR melakukan prosedur:

- 1) Cek status *order*, apakah sudah/belum diproduksi.
- 2) Cek status WO, apakah *Planner* sudah terbitkan WO atau belum.
- 3) Info TSM mengenai status di atas dan minta TSM untuk negosiasi dengan *customer*.
- 4) Bila tetap akan dibatalkan/dirubah spesifikasi, CSR menginformasikan ke pihak terkait untuk membatalkan WO yang telah diterbitkan dari sistem

BCFT1 dan sistem *Dynamic AX* dan menarik dokumen WO kembali ke *Planner*. CSR juga membatalkan SP15 dan OC dari sistem dan menginformasikan ke *customer* mengenai pembatalan tersebut.

2. Prosedur Penanganan Pelanggan, terdiri:

a. Penanganan Pelanggan Baru, meliputi:

- 1) TSM/CSR menerima info mengenai pelanggan baru baik melalui telepon, faks atau email.
- 2) TSM/CSR mencatat data pelanggan baru ke dalam form Persetujuan *Customer* Baru (MAR-PLA-01a) dan meminta persetujuan pihak terkait.
- 3) CSR mencatat data pelanggan baru ke dalam sistem dan *Finance* membuka *lock* sesuai prosedur berlaku.
- 4) TSM harus benar-benar mendapatkan informasi yang jelas dari pelanggan tersebut; jenis usaha, jenis produk yang dipasarkan, konsumsi kapsul perbulannya, jenis mesin/kapasitas produksi dalam bentuk sediaan kapsul, *supplier* kapsul saat ini, termasuk harga yang didapat, dan lain-lain. Jika diperlukan, TSM atau CSR dapat meminta bantuan TSR untuk mendapatkan informasi ini.
- 5) TSM kemudian menjelaskan mengenai profil PT Capsugel, kualitas produk, jenis-jenis jasa

pelayanan dan dukungan yang dapat diberikan perusahaan. TSM bisa menjelaskan mengenai struktur harga produk setelah mendapatkan informasi pelanggan secara rinci dan menjelaskan mengenai nilai tambah produk PT Capsugel seperti tertera di atas.

- 6) Dalam hal penawaran harga, TSM dapat menginformasikan harga standar terlebih dahulu. Namun jika diperlukan penetapan harga di bawah harga standar harus mendapatkan persetujuan dari *Sales and Marketing Manager* dengan mempertimbangkan potensial bisnis dan kompetisi. Termin pembayaran yang bisa diberikan untuk pelanggan baru adalah *Cash on Delivery*. Setelah pelanggan melakukan pemesanan lebih dari 3 (tiga) kali dan melakukan pembayaran tepat waktu, maka TSM bisa mengajukan perubahan termin pembayaran menjadi kredit kepada *Sales and Marketing Manager*.
- 7) Semua informasi mengenai kunjungan TSM ke pelanggan tersebut kemudian dilaporkan dalam *Customer Visit Report*.

b. Penanganan *Item Key* Baru

- 1) CSR input *item key* baru di sistem *Dynamic AX* sesuai *User Manual* CSR dan input data di sistem *Sub Lot*

Tracking, menu *Label Specifier* khusus untuk *item key* yang memerlukan label khusus seperti kapsul impor (pilih *report name*: rptLbl_PTC_NO_MFG) atau label dengan data penimbangan (pilih *report name*: rptLbl_PTC_Avg).

- 2) CSR menginformasikan *item key* baru ke CSM dan bagian terkait lewat *email* dengan *subject*: *Item Key Baru, Nama Perusahaan*. Hal yang perlu diinformasikan dalam *email*:
 - a) *Item key* baru.
 - b) Spesifikasi khusus, misal *Red Customer* atau perlu label khusus (*label specifier*).
 - c) *Historical item*, misal menggantikan *item key* lama atau perubahan *modal* (SF menjadi CS), warna tinta dan seterusnya.
- 3) Setiap bagian terkait melakukan verifikasi *item key* di sistem *Dynamics AX* (Menu: *Inventory Management-Item*) sesuai petunjuk di bawah dan memberikan persetujuan melalui *email* ke QA cc *printing*. Bagian QA melakukan verifikasi untuk data: *Capsule Origin, Product, Size, Closure, Body Color and Code, Cap Color&Code, Gelatin Formula, Item Key, Route/Scenario Code, Label Specifier* di *Sub Lot Tracking, Special Specification (Red Customer)*,

Printed Body and Cap, Ink Code Body, SJH compliance and Cap, Gravure Roll Code

4) Setelah menerima persetujuan dari QA, CSR membuka *lock item key* baru di sistem.

c. Penanganan Pembelian *Gravure Roll*

1) CSR melengkapi *form Gravure Roll Order* (MAR-PLA-01d), diserahkan ke bagian QA untuk dicek kelengkapan *artwork approval, ink approval, SJH compliance* dan *product name*, kemudian QA menyerahkan ke bagian *Printing* untuk dicek kelengkapan *artwork approval, ink approval, printing type, PCM, track* dan *size*. Setelah semuanya sesuai, bagian *Printing* menyerahkan ke CSR untuk disetujui *Customer Service Manager* dan proses pembuatan PP *g-roll*. Untuk *repeat order g-roll*, bagian *Printing* mengajukan permintaan pembelian *g-roll* tersebut.

2) CSR mengajukan pembelian *Gravure Roll Order* dengan lampiran: *form Gravure Roll Order, PP, Artwork* yang telah disetujui *customer* dan PO apabila biaya pembelian *Gravure Roll* dibebankan ke *customer*.

3) Setelah disetujui CSM/SM dan *Site Manager*, proses pembelian *Gravure Roll* bisa dilakukan bagian Pembelian.

4) Setelah bagian Pembelian menerbitkan PO, bagian *Printing* mengirimkan *artwork* asli ke *supplier Gravure Roll*.

d. Penanganan Pemusnahan *Gravure Roll*, meliputi:

1) *Gravure roll expired/rusak*

a) CSR mendapatkan info mengenai *Gravure roll expired/rusak* dari *Print PE*.

b) Apabila *Gravure Roll* masih digunakan, maka CSR melakukan proses pembelian *Gravure Roll* untuk menggantikan yang *expired/rusak*. Biaya pembelian *Gravure Roll* pengganti ini tidak ditagihkan ke *customer*.

c) Setelah *Gravure Roll* pengganti diterima, *Print Process Engineer* dapat memusnahkan *Gravure Roll* tersebut tanpa persetujuan dari *customer*.

2) *Gravure roll logo lama*

a) CSR mendapatkan info mengenai perubahan logo dari *customer*.

b) CSR mengisi *form Gravure Roll Destruction Request* dan meminta persetujuan *customer* untuk pemusnahan *Gravure Roll* logo lama.

c) Setelah mendapat persetujuan pemusnahan dari *customer*, *Print Process Engineer* dapat memusnahkan *gravure roll* tersebut.

4.2.1.2. Dokumen dan Catatan Penjualan

Dokumen dan catatan penjualan yang digunakan PT Capsugel Indonesia meliputi:

1. MAR-PLA-01a *New Customer Creating Application form* merupakan formulir yang digunakan untuk mencatat pelanggan baru.
2. MAR-PLA-01b *Sample Capsule Request* merupakan formulir yang digunakan untuk mencatat permintaan sampel/contoh cangkang kapsul dari pelanggan.
3. MAR-PLA-01c *Artwork Order* merupakan formulir pesanan kapsul yang sesuai keinginan pelanggan. Pelanggan dapat menentukan ukuran, warna, bentuk dan logo *print* cangkang kapsul.
4. MAR-PLA-01d *Gravure Roll Order* merupakan formulir yang digunakan untuk memesan alat pencetak logo *print* pada kapsul untuk masing-masing *customer* sesuai keinginan pelanggan.
5. MAR-PLA-01e *Color Sample Request* merupakan formulir yang berisi catatan mengenai sampel warna cangkang kapsul atas permintaan pelanggan.
6. MAR-PLA-01f *Incoming Order* merupakan formulir untuk mencatat pemesanan cangkang kapsul dari pelanggan.

7. MAR-PLA-01g *Cad Cam Order* merupakan formulir untuk mencatat posisi logo *print*, warna, serta ukuran dari logo *print* cangkang kapsul sesuai permintaan pelanggan.
8. MAR-PLA-01i *G-ROLL Destruction Request* merupakan formulir yang digunakan untuk memberitahukan *customer* mengenai penghancuran alat pencetak logo *print*, serta dijelaskan alasan dari penghancuran *gravure roll* tersebut.
9. MAR-PLA-03a Perubahan Ukuran HCM (*HCM Size Change*) merupakan catatan mengenai perubahan ukuran *Hard Capsule Machine* (HCM).
10. MAR-PLA-03b Permohonan Pindah Mesin merupakan catatan mengenai permohonan untuk pemindahan *Hard Capsule Machine* (HCM).
11. MAR-PLA-04a *Stock Production* merupakan formulir permintaan produksi kapsul dalam jumlah tertentu yang ditentukan oleh pelanggan.
12. MAR-PLA-04b Warna Standar PT Capsugel Indonesia merupakan formulir yang berisi standar warna cangkang kapsul yang tersedia untuk dijual.
13. MAR-PLA-05a Daftar Pemeriksaan Kendaraan Bulanan merupakan formulir pengecekan kendaraan, juga di dalamnya terdapat petunjuk pengiriman kapsul sesuai sistem manajemen yang harus ditaati Pengemudi agar

pengiriman kapsul dapat sampai tepat pada waktunya dengan kondisi yang baik.

14. MAR-PLA-06a *Shipping Instruction* merupakan instruksi pengiriman cangkang kapsul.
15. MAR-PLA-06b *Shipping Advice* merupakan formulir yang berisikan catatan mengenai nasihat/saran dalam pengiriman cangkang kapsul.
16. MAR-PLA-07a *Price Table Request Form* merupakan formulir yang berisi tabel harga produk untuk masing-masing *customer*, terdapat perbedaan harga cangkang kapsul antara *customer* yang satu dengan *customer* yang lain.
17. MAR-PLA-09a *Customer Complaint Report* merupakan laporan mengenai adanya masalah atas kapsul yang disampaikan masing-masing pelanggan.
18. MAR-PLA-09b *Information statement for customer complaint* merupakan rincian pernyataan keluhan dari pelanggan termasuk penggolongan/klasifikasi dari keluhan tersebut dan tindakan yang akan dilakukan untuk mengatasinya.
19. MAR-PLA-11a *Sample Requisition Form* merupakan formulir permintaan sampel/contoh produk *Licaps*.

20. MAR-PLA-15a Transaksi Retur Barang merupakan formulir yang berisi catatan mengenai setiap transaksi pengembalian cangkang kapsul dari pelanggan.
21. MAR-PLA-15b Permohonan Pembuatan *Packing Slip Return* merupakan dokumen yang dikeluarkan gudang bila menerima retur barang dari *customer*.

4.2.1.3. Pengendalian Intern atas Risiko Penjualan

Penilaian risiko memungkinkan setiap organisasi untuk mempertimbangkan luasnya kejadian yang dapat mempengaruhi pencapaian tujuan organisasi. Untuk menilai kejadian yang dapat menimbulkan risiko, manajemen menilainya dari dua perspektif, yaitu kemungkinan terjadinya kejadian tersebut (*likelihood*) dan dampak yang ditimbulkan dari kejadian tersebut (*impact*). Dampak dari kejadian harus diuji baik untuk masing-masing kejadian yang mengandung risiko maupun kelompok risiko yang mempengaruhi kegiatan untuk pencapaian tujuan organisasi.

Metode penilaian risiko yang dapat digunakan perusahaan, yaitu metode *Objectives, Risks, Controls, and Action Plan* (ORCA). Pendekatan penilaian dengan metode ini dimulai dengan *objectives* (mengetahui tujuan organisasi). Setelah itu berturut-turut dilakukan *risks* (identifikasi risiko-risiko yang mungkin timbul), *controls* (pengendalian yang ada), serta *action plan* (merancang tindakan yang dibutuhkan

untuk mengantisipasi risiko yang mungkin masih ada yang tidak dapat dihilangkan oleh pengendalian yang ada).

Bagian Penjualan PT Capsugel Indonesia menggunakan metode ORCA (*Objectives, Risks, Controls, and Action Plan*) untuk menilai risiko. Contohnya, *Objectives*: tujuannya agar penerimaan kapsul di gudang *customer* dapat tepat waktu dan mencapai sasaran mutu (*quality objective*) *on time delivered capsules (domestic and export)*; *Risk*: risiko tidak tepat waktu penerimaan kapsul di gudang *customer*; *Controls*: pengendalian yang dilakukan adalah mengawasi WIP (*Work In Process*) *Order, WO must be closed as explant date (max 12.00 WIB)*, dan lain-lain; *Action Plan*: rencana tindakan yang akan dilakukan adalah mengikuti/bergabung dalam rapat produksi, yang bertanggung jawab untuk melakukan *action plan* tersebut adalah *planner* pada Bagian Penjualan.

4.2.2. Pelaksanaan Internal Audit pada PT Capsugel Indonesia

Audit internal direncanakan minimal setiap tahun atau sesuai kebutuhan perusahaan. Audit internal dilakukan auditor independen yang telah mendapat pelatihan sistem manajemen mutu (ISO 9001), sistem manajemen lingkungan (ISO 14001) maupun sistem manajemen keselamatan dan kesehatan kerja OHSAS (18001). Auditor juga diberi pelatihan tentang audit internal sesuai standar ISO 19011 berikut *test-nya*. Hasil audit internal dijadikan sebagai salah satu topik pembahasan dalam rapat tinjauan manajemen.

4.2.2.1. Perencanaan Audit

Perencanaan audit pada PT Capsugel Indonesia meliputi:

1. Identifikasi kebutuhan audit berdasarkan sistem yang ada (ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, Sistem Jaminan Halal, CPOB/GMP, *Corporate Policy*). Identifikasi audit dilakukan terhadap kebutuhan internal dan eksternal audit (seperti audit *vendor*) dan audit yang dilakukan *customer*, badan sertifikasi, pemerintah, dan *corporate*.
2. Membuat rencana audit (*form PD-10a*), daftar auditor beserta kualifikasinya (*form PD-10b*), dan surat pemberitahuan pelaksanaan audit (*form PD-10c*).
3. QEHS/Manajer melakukan koordinasi dengan auditor mengenai pelaksanaan audit ke lapangan.
4. Komunikasi mengenai perencanaan audit kepada auditee.
5. Auditor melakukan *opening meeting* dengan *engineer*/manajer pemilik proses dan menyampaikan tujuan audit tersebut.
6. Memperoleh informasi dasar (*background information*) mengenai aktivitas penjualan.
7. Melaksanakan survei untuk mengenali aktivitas penjualan serta risiko penjualan.
8. Membuat program audit, menentukan bagaimana, kapan, dan kepada siapa hasil-hasil audit akan disampaikan.

9. Memperoleh persetujuan dari *Site Manager* dan QEHS MR mengenai rencana kerja audit.

4.2.2.2. Pelaksanaan Audit

Setelah perencanaan audit selesai dibuat, tahap selanjutnya melaksanakan audit pada masing-masing departemen. Tahap pelaksanaan audit pada PT Capsugel Indonesia, sebagai berikut:

1. Audit dilaksanakan Auditor Internal (*form* PD-10b) dan/atau auditor eksternal (Divisi, Badan Sertifikasi, *Customer*, Pemerintah). Pelaksanaan audit oleh Auditor Internal dilakukan dengan membandingkan proses operasional yang diterapkan sebagai prosedur, target/sasaran dengan standar yang ada.
2. *Engineer*/manajer atau orang yang ditunjuk wajib memberi informasi/keterangan yang diminta Auditor.
3. Auditor mengikuti dan mengamati jalannya proses sesuai prosedur yang ada dalam kurun waktu tertentu.
4. Auditor mencatat semua temuan baik yang sesuai maupun yang tidak sesuai pada *form* PD-10d (*Audit Check List*). Pertanyaan pada form audit *check list* disesuaikan dengan *Process Description* di area yang diaudit.
5. Kriteria pencatatan kesesuaian dan ketidaksesuaian yang ditemukan dibagi menjadi:

- a. Sesuai (S): kategori di mana pelaksanaan sudah sesuai, baik itu Peraturan (Pemerintah, *Corporate*) dan/atau Standar (CPOB, ISO, OHSAS, Sistem Jaminan Halal, dan sebagainya).
- b. Rekomendasi (R): kategori tidak merupakan temuan, namun direkomendasikan untuk ditindaklanjuti bagian terkait dengan tujuan peningkatan efektivitas sistem yang ada.
- c. Minor (m): kategori temuan atau indikasi penyimpangan dari standar yang tidak berisiko terhadap kualitas produk/keselamatan jiwa/lingkungan namun harus diperbaiki karena dapat berpotensi menyebabkan ketidaksesuaian produk/keselamatan jiwa/lingkungan.
- d. Major (M): kategori temuan penyimpangan/ketidaksesuaian dari standar yang telah ditetapkan atau tidak dilaksanakannya ketentuan yang telah ditetapkan, namun berisiko kecil terhadap kualitas produk/keselamatan jiwa/lingkungan dan harus diperbaiki dalam jangka waktu yang sudah ditetapkan.
- e. Kritis (K): kategori temuan penyimpangan/ketidaksesuaian atau tidak dilaksanakan ketentuan yang telah ditetapkan, sehingga berisiko tinggi terhadap kualitas produk/keselamatan jiwa/lingkungan dan harus diprioritaskan untuk segera diperbaiki.

6. Untuk temuan dengan kategori Major dan Kritis, dibuatkan CAR (*Corrective Action Request*) atau permintaan perbaikan oleh auditor.
7. Semua ketidaksesuaian dibuatkan tindakan perbaikan dan pencegahan (sesuai PD 04). Termasuk tindakan lanjutan dari hasil evaluasi kualifikasi Internal Auditor yang dilakukan setiap tahun (form PD 10g).

4.2.2.3. Penyampaian Hasil Audit, Temuan, dan Rekomendasi

Setelah pelaksanaan audit, selanjutnya menyampaikan hasil audit berupa laporan audit yang di dalamnya terdapat temuan dan rekomendasi dari internal audit. Penyampaian hasil audit, temuan, dan rekomendasi internal audit di PT Capsugel Indonesia, sebagai berikut:

1. Penyampaian hasil audit

- a. Auditor melakukan *closing meeting* dan menyampaikan temuan baik yang sesuai dan yang tidak sesuai (*form PD-10d*).
- b. Laporan audit wajib diparaf dan diberi tanggal oleh auditor dan *engineer/manajer* pemilik proses (*form PD-10e*).
- c. CAR (*Corrective Action Request*) yang telah selesai dibuat auditor diserahkan ke *Document Controller* untuk dibuat CAR gabungan.

d. Laporan audit direkapitulasi oleh *Document Contoller* (sesuai PD 11 dan PD 08), selanjutnya dibahas dalam RTM (Rapat Tinjauan Manajemen); sedangkan Sistem Jaminan Halal dibahas dalam Kaji Ulang Manajemen Sistem Jaminan Halal (sesuai PD 09).

2. Temuan Audit

- a. Belum ada SOP untuk kapsul yang sudah terjual, namun masih dititipkan di gudang PT Capsugel Indonesia.
- b. Barang retur yang di cek QA (*Quality Assurance*) tidak ada *time frame* pengecekan dan tidak dianjurkan untuk dijual lagi.
- c. Belum ada aturan yang mengatur mengenai pengenaan biaya atas pemakaian *gravure roll* dalam hal *printing*; ada *customer* yang dikenakan biaya dan ada juga yang tidak dikenakan biaya.
- d. Pada tahun 2008, *On Time Delivered capsules (Domestic and Export)* dan *Resolution complaint < 3 working days* hingga AP 7 belum tercapai; sedangkan pada tahun 2009, yang belum tercapai hingga AP 7 adalah *Sleeping Stocks*.

3. Rekomendasi

- a. Perlu dibuat SOP untuk kapsul titipan *customer*, supaya ada kejelasan mengenai pertanggungjawaban atas risiko rusaknya kapsul, dan sebagainya.
- b. Dibuat tenggat waktu.
- c. Ditambahkan ke dalam SOP.

- d. Sebaiknya dilakukan pengamatan mengenai kendala-kendala penyebab tidak tercapainya *On Time Delivered capsules* dan *Resolution complaint < 3 working days* pada tahun 2008, dan *sleeping stocks* pada tahun 2009.

4.2.2.4. Tindak Lanjut Hasil Audit

Tahap selanjutnya setelah penyampaian hasil audit dilaksanakan, maka dibuat tindak lanjut atas temuan dan rekomendasi dari internal audit, sebagai berikut:

1. CSM (*Customer Service Manager*) membuat Standar Operasional Prosedur (SOP) mengenai kapsul yang dititipkan *customer*, sehingga gudang PT Capsugel tidak penuh karena titipan kapsul dari *customer* dan terdapat kejelasan mengenai orang yang bertanggung jawab jika kapsul tersebut rusak.
2. Membuat jadwal pengecekan (*time frame*) barang retur oleh *Quality Assurance* dan memastikan bahwa barang retur segera dihancurkan/dimusnahkan agar tidak dijual kembali oleh orang yang tidak bertanggung jawab.
3. Ditambahkan ke dalam SOP mengenai aturan pengenaan biaya atas pemakaian *gravure roll*.
4. Dibuat *action plan* dan dilakukan analisa atas penyebab dari tidak tercapainya sasaran mutu oleh departemen *Sales and Marketing*. *Action plan* ini akan disampaikan dalam rapat tinjauan manajemen. Dengan adanya *action plan* diharapkan efektivitas penjualan tercapai.

Tindakan-tindakan perbaikan dan pencegahan yang telah dilakukan di *follow up* dan diaudit kembali oleh Auditor Internal dan/atau oleh MR. Untuk Sistem Jaminan Halal yang melakukan *follow up* adalah Auditor Halal Internal dan/atau oleh Koordinator Halal. Auditor Internal memastikan bahwa semua sistem telah diterapkan dengan benar.

4.2.3. Pencapaian Efektivitas Penjualan pada PT Capsugel Indonesia

Pencapaian efektivitas penjualan dapat diukur dengan membandingkan target penjualan dengan realisasi dan kepuasan konsumen/pelanggan. Setiap akhir periode akuntansi, setiap departemen di PT Capsugel Indonesia diwajibkan melaporkan sasaran mutu yang telah dicapai, termasuk Bagian Penjualan (*Sales & Marketing*). Karena luasnya cakupan penjualan, maka penulis membahas dengan fokus penjualan per produk. Berikut ini target dan realisasi penjualan per produk pada PT Capsugel Indonesia untuk tahun 2008 dan 2009:

Tabel 2.
Anggaran dan Realisasi Penjualan Per Produk
untuk Tahun 2008 dan 2009

| Keterangan | Satuan | Plan 2008 | Actual 2008 | Rasio (%) | Plan 2009 | Actual 2009 | Rasio (%) |
|------------------------|-------------|--------------|----------------|--------------|--------------|----------------|--------------|
| HGC <i>Quantity</i> | Box/Kotak | 3.810 | 3.551 | | 4.113 | 4.566 | |
| ASP | Dollar (\$) | 1,82 | 2,15 | | 1,91 | 2,02 | |
| <i>Value</i> | Dollar (\$) | 6.934 | 7.630 | 110 | 7.856 | 9.223 | 117 |
| Vcaps <i>Quantity</i> | Box/Kotak | 6,80 | 6 | | 7,50 | 3,40 | |
| ASP | Dollar (\$) | 6,24 | 6,70 | | 6,47 | 6,48 | |
| <i>Value</i> | Dollar (\$) | 42,40 | 40,20 | 95 | 48,50 | 22 | 45 |
| NPcaps <i>Quantity</i> | Box/Kotak | 5 | 3 | | 5,80 | 2,80 | |
| ASP | Dollar (\$) | 8,90 | 9 | | 9,48 | 9,66 | |
| <i>Value</i> | Dollar (\$) | 44,50 | 27 | 61 | 55 | 27 | 49 |
| Licaps <i>Quantity</i> | Box/Kotak | 9,30 | 7,70 | | 12,60 | 9,50 | |
| ASP | Dollar (\$) | 73,30 | 54,81 | | 72,60 | 62,98 | |

| | | | | | | | |
|---------------------------|--|----------|----------|--------|----------|----------|--------|
| <i>Value</i> | Dollar (\$) | 681,69 | 422 | 62 | 907,50 | 598 | 66 |
| Total Value | Dollar (\$) | 7.702,60 | 8.119,20 | 105,41 | 8.867 | 9.870 | 111,31 |
| Rata-rata <i>Quantity</i> | Box/Kotak | 957,78 | 891,93 | | 1.034,73 | 1.145,43 | |
| Keterangan: | | | | | | | |
| ASP | = <i>Average Selling Price</i> (Harga rata-rata) | | | | | | |
| HGC | = <i>Hard Gelatine Capsules</i> | | | | | | |
| V Caps | = Kapsul yang terbuat dari tumbuh-tumbuhan | | | | | | |
| NP Caps | = Kapsul yang terbuat dari jagung | | | | | | |
| Licaps | = <i>Liquid Capsules</i> | | | | | | |
| 1 Box/Kotak | = 1.000 butir | | | | | | |

Sumber: PT Capsugel Indonesia

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa produk yang paling banyak diminati pelanggan adalah HGC (*Hard Gelatine Capsules*), sehingga target penjualan HGC dapat tercapai; sedangkan *Vcaps* dan *NPcaps* tidak mencapai target dan terjadi penurunan rasio yang cukup jauh, yaitu dari 95% pada tahun 2008 menjadi 45% pada tahun 2009 dan *NPcaps* dari 61% pada tahun 2008 menjadi 49% pada tahun 2009; sedangkan target penjualan *Licaps* tidak pernah tercapai pada tahun 2008 dan 2009, namun rasio penjualannya mengalami peningkatan dari 62% pada tahun 2008 menjadi 66% pada tahun 2009.

Sasaran mutu pada Bagian Penjualan meliputi *On Time Delivered Capsules (Domestic and Export)*, (*Resolution Complaint < 3 working days*), dan *Sleeping Stocks*. Target sasaran mutu ini biasanya selalu meningkat setiap tahunnya. Sasaran mutu merupakan salah satu alat yang digunakan PT Capsugel Indonesia untuk menilai efektivitas penjualannya. Poin dalam sasaran mutu setiap tahunnya bisa berbeda.

Pada tahun 2008 belum ada pengukuran nilai *sleeping stocks*, sedangkan untuk tahun 2009 telah ditambahkan pengukuran nilai *sleeping stocks*. Hal ini disebabkan karena banyaknya persediaan yang

tertumpuk di gudang. *Customer* sering kali menitipkan barang yang sudah di pesannya di gudang PT Capsugel Indonesia dengan berbagai alasan, padahal pesanan tersebut telah dibayar *customer*. Berikut sasaran mutu pada Bagian Penjualan di PT Capsugel Indonesia untuk tahun 2008-2009:

Tabel 3.
Sasaran Mutu untuk Tahun 2008-2009

2008

| Keterangan | | AP-1 | AP-2 | AP-3 | AP-4 | AP-5 | AP-6 |
|--|----|-------|-------|------|------|------|------|
| a. <i>On Time Delivered capsules (Domestic and Export) (%)</i> | 98 | 99,25 | 95,64 | 93 | 91,8 | 96,2 | 96,3 |
| b. <i>Resolution complaint < 3 working days (%)</i> | 93 | 100 | 38 | 85 | 100 | 94 | 75 |

| AP-7 | AP-8 | AP-9 | AP-10 | AP-11 | AP-12 |
|------|------|------|-------|-------|-------|
| 96,2 | 94,9 | 95,1 | 96,84 | 94,76 | 92,2 |
| 88 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

| YTD |
|-------|
| 95,22 |
| 90 |

2009

| Keterangan | | AP-1 | AP-2 | AP-3 | AP-4 | AP-5 | AP-6 |
|--|-------|------|-------|------|-------|------|-------|
| a. <i>On Time Delivered capsules (Domestic and Export) (%)</i> | > 96 | 95,4 | 98,28 | 99 | 93,36 | 97,6 | 97,57 |
| b. <i>Resolution complaint < 3 working days (%)</i> | > 90 | 100 | 100 | 100 | 93 | 97 | 100 |
| c. <i>Sleeping stocks (Mio) - Last Period</i> | < 100 | 36 | 43 | 79 | 73 | 71 | 81 |

| AP-7 | AP-8 | AP-9 | AP-10 | AP-11 | AP-12 |
|------|------|------|-------|-------|-------|
| 97,3 | 97,2 | 97,9 | 97,5 | 97,5 | 99,8 |
| 95 | 94 | 100 | 100 | 25 | 50 |
| 100 | 118 | 127 | 115 | 108 | 91,68 |

| YTD |
|-------|
| 97,37 |
| 87,83 |
| 91,7 |

*Keterangan:

AP = *Accounting Periode* (Periode Akuntansi) secara bulanan.

YTD = *Year to Date*, yaitu periode awal tahun (1 Januari) sampai dengan periode akuntansi (AP) yang sedang berjalan.

Berdasarkan tabel 3. di atas dapat diketahui bahwa:

1. Tahun 2008, sasaran mutu dibagi menjadi 2, yaitu *on time delivered capsules (domestic and export)* dan *resolution complaint < 3 working days*, sebagai berikut:
 - a. *On Time Delivered capsules (Domestic and Export)*

Jika dilihat dari per bulan (AP), hanya terjadi pencapaian pada AP-1, sedangkan untuk AP-2 sampai AP-12 tidak tercapai. Rata-rata dalam setahun (YTD) juga tidak tercapai. Hal ini disebabkan belum adanya pembagian area pengiriman kapsul yang mengakibatkan sering terjadinya bentrok antar para Supir; Supir tidak mengetahui prosedur umum penerimaan barang di gudang *customer*; tidak diketahuinya jam kerja *customer*.

b. *Resolution complaint < 3 working days*

Terjadi pencapaian sasaran mutu per bulan pada AP-1, AP-4, AP-5, AP-8, AP-9, AP-10, AP-11, AP-12; akibatnya rata-rata dalam setahun (YTD) tidak tercapai. Hal ini disebabkan terlalu banyak pelanggan yang komplain, sehingga sulit untuk dikendalikan dan diselesaikan kurang dari 3 hari kerja. Komplain yang disampaikan bermacam-macam, mulai dari kesalahan nama logo *print* yang tercetak pada kapsul, bentuk kapsul berubah (kapsul penyok), warna kapsul tidak sesuai dengan pesanan, jumlah kapsul tidak sesuai pesanan, dan lain-lain.

2. Tahun 2009, sasaran mutu dibagi menjadi 3, yaitu *on time delivered capsules (domestic and export)*, *resolution complaint < 3 working days*, serta *sleeping stocks*, sebagai berikut:

a. *On Time Delivered capsules (Domestic and Export)*

Terjadi pencapaian sasaran mutu per bulan pada AP-2, AP-3, AP-5, AP-6, AP-7, AP-8, AP-9, AP-10, AP-11, AP-12; sedangkan

rata-rata dalam setahun (YTD) juga tercapai. Hal ini berbeda jika dibandingkan pada tahun 2008 yang tidak tercapai. Tercapainya *on time delivered capsules (domestic and export)* pada tahun 2009 dikarenakan adanya pembagian area pengiriman, dilaksanakannya *training* kepada *driver* (Supir) mengenai prosedur umum penerimaan barang di gudang *customer*, pemberitahuan jam kerja *customer* kepada *driver* (Supir).

b. *Resolution complaint < 3 working days*

Pencapaian sasaran mutu terjadi pada AP-1, AP-2, AP-3, AP-4, AP-5, AP-6, AP-7, AP-8, AP-9, AP-10; akibatnya rata-rata dalam setahun (YTD) tidak tercapai. Hal ini disebabkan tidak ada yang menginformasikan ke *driver* saat akan pengiriman kapsul bahwa barang yang akan dikirim berupa kemasan *box* harus dipastikan selalu dalam keadaan baik, sehingga tidak rusak selama dalam perjalanan, jadi tidak menimbulkan komplain dari pelanggan; tidak ada yang mengingatkan kembali ke *driver* mengenai suhu di dalam *box truck* harus sudah memenuhi standar yaitu 15-25°C dan kelembaban (RH) 35-65%; tidak ada yang menginformasikan ke gudang mengenai kemasan yang rusak harus segera diganti dengan kemasan yang baru.

c. *Sleeping stocks*

Pencapaian per bulan terjadi pada AP-1, AP-2, AP-3, AP-4, AP-5, AP-6, AP-12; sedangkan dalam setahun tercapai. Untuk *sleeping stocks* penilaian tahunan dilihat dari periode akuntansi terakhir,

yaitu AP-12. Nilai dari YTD setahun diperoleh dari AP-12. Tercapainya *sleeping stocks* ini dikarenakan adanya pengecekan persediaan yang tersedia pada saat proses *order* baru (*print* maupun *blank*), membandingkan antara jumlah persediaan yang tersedia dengan pesanan yang akan diproduksi, serta selalu mengawasi jumlah persediaan yang tersedia di gudang, sehingga tidak terjadi penumpukan persediaan yang sudah lama.

4.2.4. Peranan Internal Audit atas Pengendalian Intern sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Menunjang Efektivitas Penjualan pada PT Capsugel Indonesia

Internal audit berperan penting di PT Capsugel Indonesia, karena memberikan manfaat bagi setiap aktivitas yang ada di perusahaan. Internal audit membantu manajemen perusahaan untuk mengoreksi kesalahan yang dilakukan setiap personil yang terlibat dalam aktivitas penjualan. Pada saat pelaksanaan audit, internal audit memastikan bahwa pengendalian intern yang ada telah memadai dan dapat mengurangi/meminimalkan risiko penjualan.

Audit internal direncanakan minimal setiap tahun atau sesuai kebutuhan perusahaan. Audit internal dilakukan auditor independen yang telah mendapat pelatihan sistem manajemen mutu ISO 9001, sistem manajemen lingkungan ISO 14001 maupun sistem manajemen keselamatan dan kesehatan kerja OHSAS 18001. Auditor juga diberi pelatihan tentang audit internal sesuai dengan standar ISO 19011

berikut *test*-nya. Hasil audit internal dijadikan sebagai salah satu topik pembahasan dalam rapat tinjauan manajemen.

Pelaksanaan internal audit dimulai dari mengidentifikasi kebutuhan audit, baik internal maupun eksternal, membuat perencanaan audit yang melibatkan formulir PD (*Process Description*) 10 a-c, melaksanakan audit sesuai rencana yang telah dibuat sebelumnya, mencatat dan mengkomunikasikan hasil audit yang melibatkan formulir PD 10 d dan e (*audit reports*), setelah itu dilakukan tindakan perbaikan dan tindakan pencegahan atas masalah yang terjadi dan melibatkan formulir PD 04 b dan c, berikutnya dilakukan tindak lanjut efektivitas tindakan perbaikan yang didiskusikan pada Rapat Tinjauan Manajemen (RTM). Dari rapat ini akan menghasilkan *action plan* untuk setiap departemen yang telah diaudit. Setiap departemen diharapkan selalu menjaga sistem mutu lingkungan, keselamatan dan kesehatan kerja sesuai standar yang telah ditetapkan.

Auditee tidak selalu langsung memproses tindak lanjut, karena untuk merealisasikan tindak lanjut tersebut membutuhkan waktu. Salah satu faktor yang membuat lamanya penyelesaian tindak lanjut adalah kesibukan dari masing-masing auditee. Jika terdapat pelaksanaan audit oleh auditor eksternal, maka yang lebih diutamakan untuk ditindak lanjuti adalah temuan dari auditor eksternal tersebut. Penyelesaian tindak lanjut tidak selalu sesuai dengan *due date* yang telah ditetapkan.

Internal audit memastikan apakah prosedur yang diterapkan telah memadai dan dilaksanakan, pemisahan tugas dan otorisasi telah

memadai, serta memadai atau tidaknya dokumen dan catatan yang digunakan selama ini. Pengendalian intern yang dilakukan untuk menaksir risiko yang mungkin akan terjadi pada Bagian Penjualan, yaitu menggunakan metode ORCA (*Objectives, Risks, Controls, and Action Plan*). Tahap pertama: penentuan tujuan, tahap kedua: mengidentifikasi risiko yang mungkin akan terjadi, dan tahap ketiga: pengendalian/*controls* yang akan dilakukan untuk mengantisipasi risiko yang mungkin akan terjadi, jika *controls* tetap tidak dapat mengantisipasi risiko, maka dibuat *action plan* untuk mengantisipasi risiko yang mungkin akan terjadi tersebut. Biasanya *action plan* lebih dapat mengurangi risiko daripada *controls*. Oleh karena itu, Bagian Penjualan PT Capsugel Indonesia lebih fokus dalam pembuatan *action plan* daripada pembuatan *controls*.

Berikut ini target dan realisasi penjualan per produk pada PT Capsugel Indonesia untuk tahun 2008 dan 2009:

| Tahun | Target (<i>Plan</i>) | Realisasi (<i>Actual</i>) | Rasio (%) |
|-------|------------------------|-----------------------------|-----------|
| 2008 | \$ 7.702,60 | \$ 8.119,20 | 105,41 |
| 2009 | \$ 8.867 | \$ 9.870 | 111,31 |

Sumber: PT Capsugel Indonesia

Berdasarkan data di atas, terjadi kenaikan rasio penjualan dari tahun 2008 ke 2009, yaitu 105,41% menjadi 111,31%. Hal ini dikarenakan produk HGC (*Hard Gelatine Capsules*) yang cukup laku di pasaran. Produk HGC merupakan produk yang paling diminati *customer* karena tidak cepat rusak dan harganya terjangkau. Sedangkan untuk target penjualan, terjadi peningkatan dari tahun 2008 ke 2009, yaitu \$ 7.702,60 menjadi \$ 8.867, dan terjadi peningkatan realisasi

penjualan dari tahun 2008 ke 2009, yaitu \$ 8.119,20 menjadi \$ 9.870. Secara tahunan terjadi peningkatan rasio, target, dan realisasi penjualan dari tahun 2008 ke 2009. Sedangkan jika dilihat dari penjualan per produk, tidak semua produk mengalami peningkatan penjualan.

Internal audit berperan dalam menunjang efektivitas penjualan dengan membantu mengawasi setiap pengendalian yang ada pada Bagian Penjualan. Internal audit memastikan bahwa setiap prosedur telah dilaksanakan dengan baik. Dengan dilaksanakannya setiap prosedur yang ada, diharapkan dapat mencapai efektivitas penjualan. Jika prosedur yang telah ada belum memadai, maka internal audit memberikan rekomendasi/saran kepada manajemen untuk membuatnya. Dengan adanya rekomendasi ini, maka pencapaian efektivitas penjualan dapat ditingkatkan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa internal audit atas pengendalian intern berperan sebagai alat bantu manajemen dalam menunjang efektivitas penjualan pada PT Capsugel Indonesia.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian di PT Capsugel Indonesia yang dibahas pada Bab IV, maka penulis menarik simpulan umum dan khusus sebagai berikut:

5.1.1. Simpulan Umum

1. PT Capsugel Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri farmasi yang memproduksi cangkang kapsul *blank/polos* dan kapsul dengan logo *print* sesuai permintaan *customer*. Kapsul gelatin yang diproduksi bervariasi menurut ukuran/*size*; mulai dari *size* 000, 00, 0e1, 0, 1, 2, 3, 4 dan DB-AA, DB-A, DB-C, dan DB-D. PT Capsugel Indonesia merupakan bagian dari perusahaan Capsugel dunia dan salah satu divisi dari *Pfizer Inc.*, Amerika.
2. PT Capsugel Indonesia mulai berdiri pada bulan April 1996 dan setelah pemasangan mesin mulai beroperasi pada bulan November 1996. Sampai saat ini PT Capsugel Indonesia telah memasang beberapa mesin kapsul yang canggih dengan kapasitas produksi sekitar 8.0 miliar kapsul/tahun. Kapsul gelatin telah disertifikasi Halal dari *Islamic Food And Nutrition Council of America* (IFANCA) sejak tahun 1998 dan sejak tahun 2000 telah

memperoleh sertifikasi Halal oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan juga memperoleh sertifikasi dari *Kosher*. Kapsul yang dihasilkan di distribusi ke industri farmasi, jamu/obat asli Indonesia dan suplemen, di pasar lokal maupun pasar ekspor untuk wilayah Malaysia, Hongkong, Pakistan, India, Australia, New Zealand, Brazil, Eropa, dan Amerika.

5.1.2. Simpulan Khusus

1. Pelaksanaan Internal Audit atas Pengendalian Intern pada PT Capsugel Indonesia

Pelaksanaan internal audit meliputi tahapan audit intern, sebagai berikut: perencanaan audit, pelaksanaan audit, penyampaian hasil audit dan rekomendasi, serta tindak lanjut hasil audit. Internal audit memastikan bahwa pengendalian intern di PT Capsugel Indonesia telah memadai dengan menilai ke'ayakan dan keefektifan pengendalian intern yang telah ada dan memastikan bahwa setiap prosedur (SOP) penjualan telah dilaksanakan Bagian Penjualan.

Pengendalian intern atas penjualan pada PT Capsugel Indonesia terdiri prosedur penjualan, dokumen dan catatan penjualan, serta pengendalian intern atas risiko penjualan. Prosedur penjualan dimulai dari merencanakan penjualan dan pemasaran, timbulnya permintaan dari pelanggan baru, merealisasikan tindakan dari perencanaan penjualan yang telah ditetapkan sebelumnya, mengunjungi pelanggan, melakukan aktivitas penjualan,

melakukan negosiasi kontrak dengan pelanggan, hal ini didukung CS (*Customer Service*) dan bagian distribusi yang melakukan pengiriman kapsul.

Dokumen dan catatan penjualan yang digunakan meliputi Standar Operasional Prosedur (SOP) dan formulir, sebagai berikut: SOP MAR PLA 01 sampai dengan SOP MAR PLA 12, PUR PP 03, PUR PP 07, FA ACC 03 dan 04, *Sales Report*, *TCS survey*; sedangkan formulir meliputi MAR-PLA-01a sampai dengan MAR-PLA-01g, MAR-PLA-01i, MAR-PLA-03a dan 03b, MAR-PLA-04a dan 04b, MAR-PLA-05a, MAR-PLA-06a dan 06b, MAR-PLA-07a, MAR-PLA-09a dan 09b, MAR-PLA-11a, MAR-PLA-15a dan 15b. Sebagian besar dokumen dan catatan yang digunakan di Bagian Penjualan telah cukup memadai, namun masih terdapat hal-hal yang kurang informatif pada SOP, sehingga personil lain di luar Bagian Penjualan belum tentu dapat memahaminya. Sedangkan untuk formulir, juga masih terdapat kekurangan, hal yang seharusnya dipisah, disatukan dalam formulir yang sama. Contohnya formulir pesanan kapsul dari *customer* untuk pesanan kapsul *blank* dan logo *print* disatukan dalam satu formulir, hal tersebut dapat membingungkan pengguna formulir, sehingga dapat terjadi kesalahpahaman antara Bagian Penjualan dan Bagian Produksi.

Metode penilaian risiko yang digunakan di PT Capsugel Indonesia, yaitu metode *Objectives, Risks, Controls, and Action*

Plan (ORCA). Pendekatan penilaian dengan metode ini dimulai dengan mengetahui tujuan organisasi. Setelah itu berturut-turut dilakukan identifikasi risiko yang mungkin timbul, pengendalian yang ada, serta merancang tindakan yang dibutuhkan untuk mengantisipasi risiko yang mungkin masih ada yang tidak dapat dihilangkan oleh pengendalian yang ada.

2. Pencapaian Efektivitas Penjualan pada PT Capsugel Indonesia

Pencapaian efektivitas penjualan dapat dilihat dari perbandingan target penjualan dengan realisasi serta kepuasan konsumen/pelanggan. Kepuasan konsumen/pelanggan dinilai dari pencapaian sasaran mutu. Selama ini PT Capsugel Indonesia selalu menggunakan sasaran mutu untuk menilai efektivitas penjualan. Pada setiap akhir periode akuntansi (*accounting periode*), seluruh departemen di PT Capsugel Indonesia diwajibkan melaporkan sasaran mutu yang telah dicapai, termasuk departemen penjualan (*Sales & Marketing department*).

Target dan realisasi penjualan per produk pada PT Capsugel Indonesia untuk tahun 2008 dan 2009, terjadi peningkatan target penjualan dari tahun 2008 ke 2009, yaitu \$ 7.702,60 menjadi \$ 8.867, sedangkan untuk realisasi penjualan terjadi kenaikan dari tahun 2008 ke 2009, yaitu \$ 8.119,20 menjadi \$ 9.870; dan rasio penjualan juga terjadi peningkatan dari tahun 2008 ke 2009, yaitu 105,41% menjadi 111,31%.

Sasaran mutu pada Bagian Penjualan meliputi *On Time Delivered Capsules (Domestic and Export)*, (*Resolution Complaint < 3 working days*), *Sleeping Stocks*. Poin-poin dalam sasaran mutu ini bisa berubah sewaktu-waktu, tergantung kebijakan manajemen. Target (angka) sasaran mutu ini biasanya selalu meningkat setiap tahunnya.

Tidak tercapainya target penjualan dapat dipengaruhi tidak tercapainya sasaran mutu. Sasaran mutu yang sering kali tidak tercapai adalah *resolution complaint < 3 working days*. Tingginya tingkat komplain dari pelanggan yang disebabkan ketidakpuasan pelanggan dapat menyebabkan berkurangnya jumlah pelanggan yang berakibat pada turunnya jumlah penjualan, sehingga target penjualan tidak tercapai.

3. Peranan Internal Audit atas Pengendalian Intern sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Menunjang Efektivitas Penjualan pada PT Capsugel Indonesia

Internal audit memastikan bahwa pengendalian intern di Bagian Penjualan telah memadai dan dapat mengurangi/meminimalkan risiko penjualan. Dengan adanya pelaksanaan audit di Bagian Penjualan diharapkan membantu menunjang efektivitas penjualan dan mengoreksi kesalahan yang dilakukan setiap personil yang terlibat dalam aktivitas penjualan

Internal audit memastikan bahwa seluruh prosedur penjualan telah dilaksanakan. Jika internal audit menemukan adanya prosedur

yang tidak dilaksanakan, atau prosedur mengandung kelemahan, maka auditor memberikan rekomendasi/saran yang dilaporkan dalam laporan audit. Pelaksanaan audit juga dilakukan terhadap sistem mutu, lingkungan, keselamatan dan kesehatan kerja di setiap departemen PT Capsugel Indonesia agar sesuai standar yang telah ditetapkan, dengan objek audit di Bagian Penjualan di PT Capsugel Indonesia adalah proses penjualan, hasil *improvement* penjualan, proyek dan/atau sesuai keputusan manajemen.

Dengan adanya pengawasan pengendalian intern oleh Internal Audit, maka pengendalian intern dapat ditingkatkan kualitasnya. Pengendalian intern yang memadai menunjang efektivitas penjualan, sasaran mutu dan target penjualan akan tercapai jika prosedur yang ada telah dilaksanakan dengan baik dan tepat waktu.

5.2. Saran

Berdasarkan pembahasan dan simpulan yang telah dikemukakan, penulis memberikan saran yang diharapkan bermanfaat bagi manajemen perusahaan dalam melakukan kegiatannya di masa yang akan datang, sebagai berikut:

1. Untuk kapsul yang sudah terjual, namun masih dititipkan di gudang PT Capsugel Indonesia, sebaiknya dibuatkan SOP (Standar Operasional Prosedur) yang mengatur penitipan kapsul dari *customer*, agar terdapat kejelasan mengenai siapa yang bertanggung jawab jika kapsul titipan

tersebut rusak di gudang. Dengan adanya SOP tersebut, maka target *sleeping stocks* di sasaran mutu dapat tercapai.

2. Barang retur yang dicek QA (*Quality Assurance*) tidak ada *time frame* pengecekan. Sebaiknya dibuat jadual pengecekan barang retur, sehingga barang retur yang belum dicek tidak menumpuk di gudang. Dengan adanya penjadualan pengecekan barang retur, maka dapat mengurangi *sleeping stocks*.
3. Diperlukan pembagian area pengiriman kapsul agar supir tidak mengirim kapsul ke tempat yang sama pada waktu yang bersamaan. Selain itu, supir harus mengetahui prosedur umum penerimaan barang di gudang *customer* dan jam kerja *customer*. Dengan demikian target *on time delivered capsules* dapat tercapai.
4. Sebaiknya target penjualan disusun lebih realistis, sebab target penjualan yang tidak realistis dapat mengakibatkan berkurangnya kualitas produk yang dihasilkan, sehingga menimbulkan banyak komplain dari *customer*. Kualitas produk harus tetap dijaga, agar tidak menurunkan jumlah pelanggan untuk membeli produk yang dihasilkan perusahaan.

JADUAL PENELITIAN

| No. | Kegiatan | Bulan | | | | | | | | | | | | |
|-----|---------------------------------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| | | Juli'10 | Agt'10 | Sep'10 | Okt'10 | Nov'10 | Des'10 | Jan'11 | Feb'11 | Mar'11 | Apr'11 | Mei'11 | Jun'11 | Juli'11 |
| 1 | Pengajuan Judul | * | * | * | | | | | | | | | | |
| 2 | Studi Pustaka | | * | ** | ** | *** | * | * | | | | | | |
| 3 | Pembuatan Makalah Seminar | | | ** | * | * | *** | ** | | | | | | |
| 4 | Seminar | | | | * | | | | | | | | | |
| 5 | Pengesahan | | | | | | | * | | | | | | |
| 6 | Pengumpulan Data *) | | | | | | | | | *** | ** | | | |
| 7 | Pengolahan Data | | | | | | | | | | *** | | | |
| 8 | Penulisan laporan dan Bimbingan | | | | | | | | | ** | ** | *** | ** | |
| 9 | Sidang Skripsi | | | | | | | | | | | | | * |
| 10 | Penyempurnaan Skripsi | | | | | | | | | | | | | * |
| 11 | Pengesahan | | | | | | | | | | | | | * |

Keterangan:

- *) = Pengumpulan data disesuaikan dengan data yang digunakan dalam penelitian, apakah pengumpulan data primer dengan observasi ke lapangan atau pengumpulan data sekunder tanpa melakukan observasi ke lapangan.
- * = Menunjukkan satuan unit waktu minggu dalam bulan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akmal. 2006. *Peran Internal Auditor*. <http://digilib.petra.ac.id>. (Diakses 15 April 2011).
- Amin Widjaja Tunggal. 2010. *Dasar-dasar Audit Internal Pedoman Untuk Auditor Baru*. Harvarindo, Jakarta.
- Antonius Effendi. 2004. *Peranan Audit Operasional dalam Menunjang Efektivitas Penjualan (Studi Kasus Pada PT "X" di Bandung)*. Fakultas Ekonomi Universitas Widyatama, Bandung.
- Arens, Alvin A., Randal J Elder, dan Mark S Beasley. 2008. *Auditing dan Jasa Assurance*. Edisi kedua belas. Jilid 1. Alih Bahasa: Herman Wibowo. Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Dirmansyah. 2004. *Peranan Audit Internal sebagai Alat Bantu Manajemen dalam Menunjang Efektivitas Pengendalian Internal Penjualan*. Fakultas Ekonomi Universitas Widyatama, Bandung.
- Djaslim Saladin. 2004. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, Pengendalian (Teori, Aplikasi, dan Tanya Jawab)*. Edisi 3. Lingga Jaya, Bandung.
- Harimurti Subanar. 2001. *Manajemen Usaha Kecil*. Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta.
- Hartadi (2002) dan Heckert (2004). Tujuan Pengendalian Intern. <http://id.shvoong.com> (Diakses 16 April 2011).
- Hiro Tugiman. 2006. *Materi Audit Internal*. <http://dspace.widyatama.ac.id> (Diakses 29 Desember 2010).
- IBK Bayangkara. 2008. *Audit Manajemen: Prosedur dan Implementasi*. Salemba Empat, Jakarta.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2008. *Standar Profesional Akuntan Publik (SPAP) per 1 Januari 2001*. Salemba Empat, Jakarta.
- Jobber. 2006. *Konsep Penjualan*. <http://digilib.petra.ac.id> (Diakses 26 November 2010).
- Kosasih. 2005. Pengertian Pengendalian Intern. <http://id.shvoong.com> (Diakses 16 April 2011).
- Kotler, Philip. 2006. *Pengertian Penjualan*. <http://digilib.petra.ac.id> (Diakses 26 November 2010).

Messier. 2006. Tujuan Pengendalian Intern. <http://dspace.widyatama.ac.id> (Diakses 16 April 2011).

Sawyer, Lawrence B., Mortimer A Dittenhorfer, dan James H Scheiner. 2005. *Audit Internal Sawyer*. Edisi Kelima. Alih Bahasa: Desi Adhariani. Buku 1, Salemba Empat, Jakarta.

SPAI. 2004. Pengertian Pengendalian Intern. <http://dspace.widyatama.ac.id> (Diakses 16 April 2011).

Sukrisno Agoes. 2006. *Auditing (Pemeriksaan Akuntan) Oleh Kantor Akuntan Publik*. Jilid II. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.

Tim Penyusun Modul Program Pendidikan Non Gelar Auditor Sektor Publik. 2007. *Sistem Pengendalian Internal*. Sekolah Tinggi Akuntansi Negara, Jakarta.

Pengertian Efektivitas Penjualan. <http://dspace.widyatama.ac.id>. (Diakses 26 November 2010).

Pengertian Pengendalian Intern. <http://www.wikipedia.com> (Diakses 15 Januari 2011).

LAMPIRAN

SURAT KETERANGAN

No : 010/CI-SK/VI/2011

Yang bertanda tangan di bawah ini :

N a m a : Irfan Fauzani
Jabatan : HR Manager
Perusahaan : PT. Capsugel Indonesia
Alamat : Jl. Raya Bogor Km. 42,5 Cibinong , Bogor

Menerangkan bahwa yang tersebut di bawah ini :

N a m a : Herlina
Mahasiswa : Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan
N I M : 022107031
Jurusan : Akuntansi - S1
Alamat : Jl. Pakuan PO BOX 452 Bogor – 16143

Adalah benar telah melaksanakan magang di PT.Capsugel Indonesia dalam rangka penyusunan skripsi mulai tanggal : 1 Maret sampai dengan 10 Juni 2011.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Cibinong , 15 Juni 2011

PT. CAPSUGEL INDONESIA


Irfan Fauzani
HR Manager

PT. CAPSUGEL INDONESIA

Site Manager (President Director)

Internal Audit

Executive Assistant

HR & GA Manager

HR & GA Officer

Finance & Acct. Manager

Accounting Manager

Plant Controller

Senior Accountant

F/A Staff

Cashier

IT Manager

IT Facilitator

Supply Chain Manager

Purchasing Staff

Warehouse Spv

Inventory Control

Finishing Leader

Packer

EHS Engineer

Security Guard

Operations Manager

Process Engineer

Melting Engineer

Machine Shift Leaders

Dish Wash Operator

Gelatin Preparation

HCM Operators

Dye Preparation

Felt Preparation

QA Manager

Document Controller

QA Regulatory Officer

Lab Assistant

Colorist

Microbiologist

QA Engineer

Boysor Monitor

QA Admin

Sales & Marketing Manager

Business Dev. Manager

TSM West Indonesia

TSM East Indonesia

Technical Service Engineer

Customer Service Mgr.

CSR

CS Assistant

Distr & Plan Officer

Customer Service Staff

Electronic Engineer

Electrician

Workshop Supervisor

General Mechanic

HCM Mechanic

Automatic Machine

General Utility & EHS Support

Printing Manager

Facilities Engineer

GU Operator

Project Coordinator

Spare Part Coord.

Printing Engineer

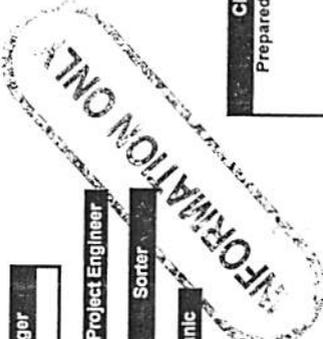
Printing Operator

Printing Mechanic

Project Engineer

Sorter

M & E Manager



Cibinong, February 1, 2011

Prepared by, _____ Approved by, _____

Irfan Fauzan
HR & GA Manager

Eddy Suvadi
Site Manager

| | | |
|-------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|
| Capsugel Indonesia | Proses Manajemen AUDIT | PD 10 Hal 1 dari 4 |
|-------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|

| | |
|-----------------------|--|
| Tujuan: | Melakukan audit terhadap sistem Mutu, Lingkungan, Keselamatan & Kesehatan Kerja dan Sistem Jaminan Halal. |
| Ruang lingkup: | Semua operasional yang berkaitan dengan mutu, lingkungan, keselamatan dan kesehatan kerja di PT. Capsugel Indonesia. |

| Tanggung jawab | Bagan Alir | PD terkait | Dokumen terkait |
|-------------------------------|---|--|--------------------------------|
| - | 1 : Identifikasi kebutuhan Audit (internal & eksternal) | PD 01 – Kebijakan Perusahaan | - |
| QEHS MR EHS Engineer DC | 2 : Pembuatan rencana audit | PD 02 – Ketaatan terhadap Peraturan | Form PD 10a-c |
| QEHS MR EHS Engineer DC | 3 : Pelaksanaan Audit | PD 02 – Ketaatan terhadap Peraturan | - |
| DC | 4 : Pencatatan dan komunikasi hasil audit | PD 08 – Dokumentasi PD 09 – Komunikasi PD 11 – Catatan | Form PD 10d-e Audit reports |
| QEHS MR EHS Engineer | 5 : Tindakan Perbaikan dan tindakan pencegahan | PD 04 – Tindakan Perbaikan dan Pencegahan | Form PD 04b-c |
| QEHS MR EHS Engineer | 6 : Menindak lanjuti efektifitas tindakan perbaikan | PD 12 – Tinjauan Manajemen | Form PD 12a-c Form PD 10g |
| Semua Manager | 7 : Menjaga Sistem Mutu, Lingkungan, Keselamatan & Kesehatan Kerja sesuai dengan standard | - | - |

| | |
|---------------------|--|
| Revisi: 06 | Tanggal berlaku mulai: 01 Juni 2008 |
| Dibuat oleh: | Diperiksa dan disahkan oleh: |
| Document Controller | QEHS MR |

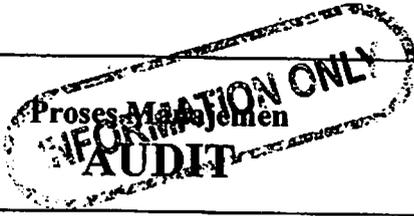
| | | |
|-----------------------|----------------------------------|------------------------------|
| Capsugel Indonesia | Proses Manajemen AUDIT | PD 10 Hal 2 dari 4 |
|-----------------------|----------------------------------|------------------------------|

Keterangan:

PT. Capsugel Indonesia menyusun dan memelihara program audit terhadap sistem ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, Sistem Jaminan Halal dan system lain secara berkala. Flow audit yang dilakukan adalah sbb:

1. Identifikasi kebutuhan Audit berdasarkan sistem yang ada (ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, Sistem Jaminan Halal, CPOB/cGMP, Corporate policy). Identifikasi audit dilakukan terhadap kebutuhan internal dan external audit (seperti audit vendor) dan audit yang dilakukan oleh Customer, Badan sertifikasi, pemerintah dan corporate.
 2. Buat Rencana Audit (form PD-10a), Daftar Auditor beserta kualifikasinya (form PD-10b).
 3. Audit dilaksanakan oleh Auditor Internal (Form PD-10b) dan/atau auditor eksternal (Divisi, Badan Sertifikasi, Customer, Pemerintah). Audit internal dilakukan dengan membandingkan proses operasional yang diterapkan sebagai prosedur, target/sasaran terhadap standard yang ada.
 4. Catat kesesuaian dan ketidak-sesuaian yang ditemukan. Kriteria tsb dibagi menjadi :
 - 4.1. **Sesuai (S):** Yaitu kategori dimana pelaksanaan sudah sesuai, baik itu Peraturan (Pemerintah, Corporate) dan/atau Standar (CPOB, ISO, OHSAS, Sistem Jaminan Halal, dll).
 - 4.2. **Rekomendasi (R):** Adalah kategori tidak merupakan temuan, namun direkomendasikan untuk ditindaklanjuti oleh bagian terkait dengan tujuan peningkatan efektifitas system yang ada.
 - 4.3. **Minor (m):** Yaitu kategori temuan atau indikasi penyimpangan dari standard yang tidak beresiko terhadap kualitas produk/keselamatan jiwa/lingkungan namun harus diperbaiki karena dapat berpotensi menyebabkan ketidaksesuaian produk/keselamatan jiwa/lingkungan.
 - 4.4. **Major (M):** Yaitu kategori temuan penyimpangan/ketidaksesuaian dari standard yang telah ditetapkan atau tidak dilaksanakannya ketentuan yang telah ditetapkan namun beresiko kecil terhadap kualitas produk/keselamatan jiwa/lingkungan dan harus diperbaiki dalam jangka waktu yang sudah ditetapkan.
 - 4.5. **Kritikal (K):** Yaitu kategori temuan penyimpangan/ketidaksesuaian atau tidak dilaksanakan ketentuan yang telah ditetapkan sehingga beresiko tinggi terhadap kualitas produk/keselamatan jiwa/lingkungan dan harus diprioritaskan untuk segera diperbaiki.
- Laporan audit di rekapitulasi oleh Document Controller (sesuai PD 11 dan PD 08), selanjutnya dibahas dalam RTM dan untuk Sistem Jaminan Halal dibahas dalam Kaji Ulang Manajemen Sistem Jaminan Halal (sesuai PD 09).
5. Semua ketidak-sesuaian dibuatkan tindakan perbaikan dan pencegahan (sesuai PD 04). Termasuk tindakan lanjutan dari hasil Evaluasi kualifikasi Internal Auditor yang dilakukan setiap tahun (form PD10g).

| | |
|---|---|
| Revisi: 06 | Tanggal berlaku mulai: 01 Juni 2008 |
| Dibuat oleh: Document Controller | Diperiksa dan disahkan oleh: QEHS MR |

| | | |
|-----------------------|--|------------------------------|
| Capsugel Indonesia |  | PD 10 Hal 3 dari 4 |
|-----------------------|--|------------------------------|

6. Tindakan-tindakan perbaikan dan pencegahan yang telah dilakukan di follow-up dan diaudit kembali oleh Auditor Internal dan/atau oleh MR. Untuk Sistem Jaminan Halal yang melakukan follow-up adalah Auditor Halal Internal dan/atau oleh Koordinator Halal.
7. Manajemen harus menciptakan situasi dan kondisi agar semua sistem yang ada terus berjalan dan di terapkan dengan benar.

Spesifik Lingkungan:

| <u>Daftar Tahap Proses</u> | Kegiatan | <u>Aspek / Dampak Lingkungan</u> | <u>Dokumen-dokumen yang diperlukan SOP / catatan</u> |
|--|--|---|--|
| 1. Mengidentifikasi kebutuhan audit berdasarkan sistem | Mengidentifikasi kebutuhan | N/A | N/A |
| 2. Membuat rencana audit, daftar auditor beserta kualifikasinya | Membuat rencana audit, daftar auditor | Limbah padat (sampah kertas) | SOP: EHS-ENV-07 |
| 3. Pelaksanaan audit oleh auditor internal dan / atau auditor eksternal | Pelaksanaan audit | Limbah padat (sampah kertas) | SOP: EHS-ENV-07 |
| 4. Mencatat kesesuaian dan ketidaksesuaian yang ditemukan, membuat laporan (rekapitulasi) | Mencatat kesesuaian dan ketidaksesuaian, membuat laporan | Limbah padat (sampah kertas) | SOP: EHS-ENV-07 |
| 5. Membuat tindakan perbaikan dan pencegahan untuk ketidaksesuaian | Membuat tindakan perbaikan&pencegahan | Limbah padat (sampah kertas) | SOP: EHS-ENV-07 |
| 6. Melakukan crosscheck (follow up) untuk tindakan perbaikan dan pencegahan yang sudah dilakukan | Melakukan crosscheck (follow up) – sesuai area/dept. | Limbah yang dihasilkan diatur sesuai area/dept. | SOP: EHS-ENV-07 |
| 7. Menciptakan situasi dan kondisi semua system berjalan dan diterapkan dengan benar | Menciptakan situasi dan kondisi system berjalan | N/A | N/A |

Spesifik Health & Safety :

| <u>Daftar Tahap Proses</u> | Kegiatan | <u>Hazard / Risk</u> | <u>Dokumen-dokumen yang diperlukan SOP / catatan</u> |
|---|--|---|--|
| 1. Mengidentifikasi kebutuhan audit berdasarkan sistem | N/A | N/A | N/A |
| 2. Membuat rencana audit, daftar auditor beserta kualifikasinya | 1. Penggunaan Listrik, komputer 2. Kelelahan mata | 1.Kejut listrik, luka ringan, kerusakan property 2.Mata lelah / mata minus | SOP:EHS-H&S-05 |
| 3. Pelaksanaan audit oleh auditor | N/A | N/A | N/A |

| | |
|---|---|
| Revisi: 06 | Tanggal berlaku mulai: 01 Juni 2008 |
| Dibuat oleh: Document Controller | Diperiksa dan disahkan oleh: QEHS MR |

| | | |
|-------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|
| Capsugel Indonesia | Proses Manajemen AUDIT | PD 10 Hal 4 dari 4 |
|-------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|

| | | | |
|--|--|---|----------------|
| internal dan / atau auditor eksternal | | | |
| 4. Mencatat kesesuaian dan ketidaksesuaian yang ditemukan, membuat laporan (rekapitulasi) | 1. Penggunaan Listrik, komputer 2. Kelelahan mata | 1. Kejut listrik, luka ringan, kerusakan property 2. Mata lelah / mata minus | SOP:EHS-H&S-05 |
| 5. Membuat tindakan perbaikan dan pencegahan untuk ketidaksesuaian | 1. Penggunaan Listrik, komputer 2. Kelelahan mata | 1. Kejut listrik, luka ringan, kerusakan property 2. Mata lelah / mata minus | SOP:EHS-H&S-05 |
| 6. Melakukan crosscheck (follow up) untuk tindakan perbaikan dan pencegahan yang sudah dilakukan | N/A | N/A | N/A |
| 7. Menciptakan situasi dan kondisi semua system berjalan dan diterapkan dengan benar | N/A | N/A | N/A |

Catatan perubahan:

| | |
|------------------|--|
| 01 Juli 2004 | Penggabungan antara prosedur mutu ISO 9001 dan proses description ISO 14001. |
| 01 Desember 2004 | Penggabungan antara prosedur mutu ISO 9001, lingkungan ISO 14001 dan keselamatan & kesehatan kerja OHSAS 18001. |
| 01 Januari 2006 | Penambahan sistem Jaminan Halal pada isi PD. |
| 01 April 2006 | Perubahan pada format flowchart, Perubahan legalisasi untuk MR, sebelum : QMR & EHSMR, menjadi : QEHS MR, Perubahan legalisasi untuk pembuat & pemeriksa – sebelum : QA Manager menjadi PPD dan General Manager menjadi QEHS MR. |
| 01 Juni 2007 | Penambahan pada poin 4 : ...Lakukan Evaluasi terhadap Auditor. Penambahan pada poin 5 : ...Termasuk tindakan lanjutan dari hasil evaluasi kualifikasi |
| ...dst. | |
| 01 Juni 2008 | Perubahan pada poin 4 dengan menambahkan kriteria tsb dibagi menjadi: 4.1. – 4.5. Menyempurnakan kalimat pada setiap poin. Perubahan nama jabatan untuk 'dibuat oleh' sebelum: PPD, menjadi: Document |
| Controller/DC. | |

INFORMATION ONLY

| | |
|---------------------|--|
| Revisi: 06 | Tanggal berlaku mulai: 01 Juni 2008 |
| Dibuat oleh: | Diperiksa dan disahkan oleh: |
| Document Controller | QEHS MR |

RENCANA AUDIT MUTU, LINGKUNGAN, KESELAMATAN & KESEHATAN KERJA

| | |
|------------------------|--|
| <i>Periode tahun :</i> | |
| <i>Bulan :</i> | |

| No. | Departemen / Sub.Dept / Process Description | Tanggal / Bulan | Nama Ketua tim Audit | Nama Anggota tim Audit |
|-----|--|--------------------|-------------------------|---------------------------|
| 1. | | | | |
| 2. | | | | |
| 3. | | | | |
| 4. | | | | |
| 5. | | | | |
| 6. | | | | |
| 7. | | | | |
| 8. | | | | |
| 9. | | | | |
| 10. | | | | |
| 11. | | | | |
| 12. | | | | |
| 13. | | | | |
| 14. | | | | |
| 15. | | | | |
| 16. | | | | |

Tanggal: Revisi

Rencana Audit Mutu, Lingkungan,
Keselamatan & Kesehatan Kerja

Dibuat oleh:

Disetujui oleh:

QEHS Management Representative

Site Manager

DAFTAR AUDITOR
INTEGRASI SYSTEM (ISO dan OHSAS)

| No. | NAMA AUDITOR | DEPT | Integrasi System (ISO dan OHSAS) |
|------------------------|----------------------|----------------|----------------------------------|
| 1. | | | |
| 2. | | | |
| 3. | | | |
| 4. | | | |
| 5. | | | |
| 6. | | | |
| 7. | | | |
| 8. | | | |
| 9. | | | |
| 10. | | | |
| 11. | | | |
| 12. | | | |
| 13. | | | |
| 14. | | | |
| 15. | | | |
| 16. | | | |
| 17. | | | |
| 18. | | | |
| 19. | | | |
| 20. | | | |
| 21. | | | |
| Revisi Status # | Dibuat oleh : | QEHS MR | Disetujui oleh : |
| Tanggal : | | | |

SURAT PEMBERITAHUAN PELAKSANAAN AUDIT

Tanggal : _____
Kepada : _____
Dari : _____



Dengan hormat,

Dengan ini diberitahukan bahwa akan dilaksanakan audit mutu/lingkungan/keselamatan & kesehatan kerja yang berdasarkan persyaratan ISO 9001/ISO 14001/OHSAS 18001*), sesuai dengan informasi dibawah ini :

Tanggal audit : _____

Jam audit : _____

Tim auditor : 1. Ketua Tim Auditor _____
2. Auditor _____

Audit dilaksanakan di departemen : _____
(jelaskan sub-bagian yang diaudit) _____

Kami akan sangat menghargai bila Manager/Senior Manager dapat menghadiri rapat pembukaan dan penutupan audit ini. Mohon ditunjuk personel yang akan mendampingi / memandu selama audit dilaksanakan.

Terima kasih atas kerja sama yang baik ini.

Hormat kami,

Persetujuan Auditee
Tanggal, _____

(Ketua Tim Auditor)

(_____)

*) coret yang tidak perlu

| | | |
|-------------------------------|---|---|
| PT. CAPSUGEL INDONESIA | PROSEDUR MELAKUKAN AUDIT (Improvement project) | SOP No. : MR-ADM -06 Revisi No. : 01 Hal : 1 dari 2 Berlaku Tgl : 24 Januari 2011 |
| PPD - MR | INFORMATION ONLY | Mengganti SOP no.: MR-ADM -06 Tanggal : 23 April 2007 |

| | | |
|--|---|--|
| Dibuat oleh: QA Manager | Diperiksa oleh: Site Manager | Disahkan oleh: QEHS Management Rep. |
|--|---|--|

1. **TUJUAN :**
Memberikan pedoman dalam pelaksanaan Audit terhadap proses, improvement yang telah dilakukan dan proyek lainnya baik yang sudah selesai ataupun yang sedang berjalan.
2. **RUANG LINGKUP :**
 - 2.1. Audit dilakukan terhadap proses, hasil improvement, proyek dan atau sesuai keputusan manajemen.
 - 2.2. Seluruh departemen yang ada di PT. Capsugel Indonesia.
3. **BAHAN YANG DIGUNAKAN :** Form audit, Laporan Improvement.
4. **ALAT YANG DIGUNAKAN :** Alat-alat tulis.
5. **DEFINISI :**
Audit Improvement adalah suatu audit perbandingan antara prosedur/ standar / Laporan improvement / laporan proyek yang telah selesai atau sedang berlangsung.
6. **PELAKSANA :** Auditor yang ditunjuk oleh manajemen PT Capsugel Indonesia.
7. **APD YANG DIPERLUKAN :** APD yang sesuai dengan area yang akan di audit.
8. **PROSEDUR :**
Audit dilaksanakan dengan cara melakukan langkah-langkah sebagai berikut :
 - 8.1. QEHS/Manajer membuat Daftar Proses, Improvement, Proyek yang memerlukan audit pelaksanaan di lapangan.
 - 8.2. QEHS/Manajer melakukan koordinasi dengan Auditor mengenai pelaksanaan audit ke lapangan.
 - 8.3. Auditor melakukan 'opening meeting' dengan engineer / manajer pemilik proses dan menyampaikan tujuan audit tsb.
 - 8.4. Engineer/manager atau orang yang ditunjuk wajib memberi informasi/keterangan yang diminta Auditor.
 - 8.5. Auditor mengikuti dan mengamati jalannya proses sesuai dengan prosedur yang ada dalam kurun waktu tertentu.
 - 8.6. Auditor membandingkan proses yang terjadi dengan Laporan Improvement / Laporan Proyek yang ada.
 - 8.7. Auditor mencatat semua temuan baik yang sesuai ataupun yang tidak sesuai pada form MR-ADM-06a.
 - 8.8. Auditor melakukan 'closing meeting' dan menyampaikan temuan baik yang sesuai dan yang tidak sesuai. Laporan audit wajib diparaf + tanggal oleh Auditor dan engineer / manajer pemilik proses.
 - 8.9. Laporan audit ini merupakan salah satu bahan bahasan di rapat tinjauan manajemen dan/atau rapat staff.
9. **ASPEK KESELAMATAN, KESEHATAN KERJA DAN LINGKUNGAN : -**
10. **REFERENSI / DOKUMEN YANG TERKAIT : -**

| | | |
|------------------------|---|--|
| PT. CAPSUGEL INDONESIA | PROSEDUR MELAKUKAN AUDIT (Improvement project) | SOP No. : MR-ADM -06 Revisi No. : 01 Hal : 2 dari 2 Berlaku Tgl : 24 Januari 2011 |
| PPD - MR | INFORMATION ONLY | Mengganti SOP no.: MR-ADM -06 Tanggal : 23 April 2007 |

11. LAMPIRAN : Form Laporan Audit (MR-ADM-06a).

Catatan Perubahan :

01/01/2011

Perubahan pada :

Judul, Prosedur ... dst "(Improvement Project)", *sebelumnya* Prosedur ... dst "(di Proses)".
Poin 1, Tujuan, "Memberikan pedoman ...dst... proyek lainnya baik yang sudah selesai ataupun yang sedang berjalan. *Sebelumnya* "Memberikan pedoman ...dst... yang berkaitan dengan parameter mutu produk ... dst ... yang berkaitan dengan kegiatan pendukung proses.
Poin 2, Ruang Lingkup, 2.1 (baru), "Audit dilakukan terhadap proses, hasil improvement, proyek dan ... dst".
Poin 3, Bahan yang digunakan, "Form audit, Laporan Improvement", *Sebelumnya* " - ".
Poin 4, Alat yang digunakan, "Alat-alat tulis", *Sebelumnya* " - ".
Poin 5, Audit Improvement "adalah suatu audit perbandingan antara prosedur/ standar / Laporan improvement / laporan proyek yang telah selesai ... dst, *sebelumnya* "adalah suatu audit perbandingan antara proses yang sedang berlangsung dibandingkan dengan SOP yang ada ... dst".
Poin 8, Prosedur, "Audit dilaksanakan dengan cara ... dst" terdiri dari 8.1, "QEHS/Manajer membuat Daftar Proses, Improvement, Proyek ... dst", s/d 8.9, "Laporan audit ini merupakan salah satu bahan bahasan di rapat tinjauan manajemen ... dst", *sebelumnya* "Audit Proses yang berkaitan dengan parameter mutu produk", *terdiri dari* 8.1.1 s/d 8.1.3, dan "Audit Proses yang berkaitan dengan kegiatan pendukung proses. *terdiri dari* 8.2.1 s/d 8.2.3

LAPORAN AUDIT – IMPROVEMENT PROJECT

| | |
|--|------------------------------|
| Tanggal Audit : | |
| Jam Pelaksanaan Audit : (mulai – sampai) | |
| Jenis Audit *) coret yang tidak perlu : | Improvement / Proyek lainnya |
| Nama Improvement Project / Nama Proyek yang diaudit : | |
| Auditee / Pemilik (proses / improvement / proyek) : | |
| Area Audit : | |

| Nama Improvement Project / Proyek | Standar / Rencana Improvement | Implementasi | Status / Komentar |
|-----------------------------------|-------------------------------|--------------|-------------------|
| | | | |
| | | | |

INFORMATION ONLY

| | |
|--|--|
| Audit dilakukan oleh, (paraf & tanggal) Auditor | Diperiksa oleh, (paraf & tanggal) QEHS MR |
|--|--|

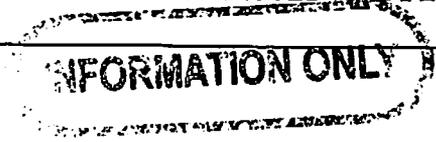
| | | |
|-----------------------|--|------------------------------|
| Capsugel Indonesia | Proses Manajemen PEMASARAN DAN PENJUALAN | PD 19 Hal 1 dari 2 |
|-----------------------|--|------------------------------|

| | |
|-----------------------|--|
| Tujuan: | Memberikan pedoman dalam membuat rencana pemasaran dan penjualan kapsul oleh bagian Sales & Marketing. |
| Ruang lingkup: | Setiap rencana pemasaran dan penjualan kapsul. |

| Tanggung jawab | Bagan Alir | PD terkait | Dokumen terkait |
|-------------------|---|--|--|
| S&M Manager | <pre> graph TD 1[1 : Rencana Pemasaran dan Pemasaran] --> 2[2 : Realisasi rencana tindakan] 2 --> 3[3 : Aktifitas pemasaran] 2 --> 4[4 : Aktifitas penjualan] 3 --> 5[5 : Pemasaran dan penjualan telah dilaksanakan] 4 --> 5 5 --> 1 PB[Permintaan pelanggan baru, situasi tertentu di pasar yang baru] --> 1 KP[Kunjungan pelanggan] --> 4 PBS[pameran brosur seminar] --> 3.1 subgraph 3 [3 : Aktifitas pemasaran] 3.1[3.1 : Dukungan TS & Promosi] 3.2[3.2 : Menelusuri kepuasan pelanggan] end subgraph 4 [4 : Aktifitas penjualan] 4.1[4.1 : Negosiasi kontrak] 4.2[4.2 : Dukungan CS & Distribusi] end </pre> | PD 01 – Kebijakan Perusahaan PD 06 – Tujuan, Target dan Program PD 12 – Tinjauan Manajemen | SOP MAR-PLA-01 |
| TSM, BDM | | PD 03 – Identifikasi bahaya, penilaian dan pengendalian resiko, aspek dan dampak | -- |
| BDM, CSM, TSE | | PD 09 – Komunikasi PD 08 – Dokumentasi | -- |
| TSM, CSM, SCM, FA | | PD 17 – Kontrol Operasional PD 20 – Customer Order handling | 1. SOP MAR-PLA-01 s/d MAR-PLA-12 2. PUR-PP-03 3. PUR-PP-07 4. FA-ACC-03 5. FA-ACC-04 |
| SM, CSM | | -- | 1. TCS Survey 2. Sales Report |

| | | |
|---------------------------|--|----------------|
| Revisi: 03 | Tanggal berlaku mulai: 01 Juli 2008 | |
| Dibuat oleh: | Diperiksa oleh: | Disahkan oleh: |
| Customer Services Manager | Sales & Marketing Manager | QEHS MR |

| | | |
|-----------------------|--|------------------------------|
| Capsugel Indonesia | Proses Manajemen PEMASARAN DAN PENJUALAN | PD 19 Hal 2 dari 2 |
|-----------------------|--|------------------------------|



Keterangan :

Bagan alir diatas menjelaskan sistem yang digunakan di PT. Capsugel Indonesia untuk menangani penjualan & pemasaran.

1. Rencana pemasaran & penjualan dibuat untuk mendukung rencana bisnis global berupa peningkatan volume, produktivitas, ASP, laba dan pertumbuhan pasar.
2. Rangsangan eksternal seperti permohonan dari pelanggan baru, situasi khusus di pasar atau peluang untuk mendapatkan pasar baru, bersama-sama dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya akan menentukan fokus departemen Sales & Marketing.
3. Di samping tindakan-tindakan pemasaran yang terfokus, juga terdapat dukungan untuk penjualan misalnya: dukungan technical service seperti perbaikan mesin dan dukungan promosi seperti mengikuti pameran, seminar yang berkaitan dengan produk Capsugel. Selain itu dilakukan juga usaha menelusuri kepuasan pelanggan yang menggunakan pihak ke 3 (tiga).
4. Bagian penjualan melakukan aktifitas penjualan yang didukung oleh bagian pelayanan customer dan distribusi.
5. Evaluasi terhadap tindakan-tindakan yang telah dilakukan, umpan balik dari pasar dan data kepuasan pelanggan digunakan untuk membuat rencana penjualan & pemasaran untuk tahun berikutnya.

Spesifik Health & Safety :

| Daftar Tahap Proses | Kegiatan | Hazard/Risk | Dokumen-dokumen yang Diperlukan SOP/catatan |
|------------------------------------|--|---|--|
| 1. Rencana Pemasaran dan penjualan | N/A | N/A | N/A |
| 2. Kegiatan Pemasaran | Kunjungan pelanggan | Transportasi, kerusakan property. Potensi kecelakaan lain, rugi >100 juta | SOP: EHS-H&S-02, 04, 14, 15 |
| 3. Dukungan Promosi | 1. Pameran Dagang 2. Bongkar pasang stand | 1. Transportasi, kerusakan property. Potensi kecelakaan lain, rugi >100 juta 2. Mekanik, luka, ergonomic. Potensi luka tertusuk, kesetrum & keseleo. | SOP: EHS-H&S-02 SOP: EHS-H&S-04 SOP: EHS-H&S-14 SOP: EHS-H&S-15 |
| 4. Dukungan TS (Technical Service) | Perbaikan Mesin | 1. Transportasi, kerusakan property. Potensi kecelakaan lain, rugi >100 juta 2. Mekanik, luka, ergonomic. Potensi luka tertusuk, kesetrum & keseleo. | SOP: EHS-H&S-02 SOP: EHS-H&S-04 SOP: EHS-H&S-14 SOP: EHS-H&S-15 |
| 5. Dukungan Distribusi | Pengiriman Kapsul | Transportasi, kerusakan property. Potensi kecelakaan lain, rugi >100 jt | SOP: EHS-H&S-02, 04, 14, 15 |
| 6. Evaluasi kepuasan pelanggan | N/A | N/A | N/A |

Catatan Perubahan :

01 Juli 2004
01 Desember 2004
01 Juli 2008

Penggabungan antara prosedur mutu ISO 9001 dan proses description ISO 14001.
Penggabungan antara prosedur mutu ISO 9001, lingkungan ISO 14001, keselamatan dan kesehatan kerja OHSAS 18001.
Perubahan pada:
Format flowchart, bagan alir pada kolom 3.1. sebelum: Menangani kontraktor luar, menjadi: Dukungan TS&Promosi ;
3.2. sebelum: Dukungan peluncuran produk baru, menjadi: Menelusuri kepuasan pelanggan ;
Kolom 4.2. menjadi: Dukungan CS & Distribusi ; dan kolom Dokumen terkait
Legalisasi untuk 'dibuat dan disahkan oleh' sebelum: CS Coordinator, QMR+EHS MR, menjadi: CS Man.&QEHS MR.

| | | |
|---------------------------|--|----------------|
| Revisi: 03 | Tanggal berlaku mulai: 01 Juli 2008 | |
| Dibuat oleh: | Diperiksa oleh: | Disahkan oleh: |
| Customer Services Manager | Sales & Marketing Manager | QEHS MR |

| | | |
|-------------------------------|--|---|
| PT. CAPSUGEL INDONESIA | PROSEDUR PENANGANAN PELANGGAN | SOP No. : MAR-PLA-01 Revisi No. : 12 Hal : 1 dari 3 Berlaku Tgl : 1 Februari 2011 |
| SALES & MARKETING | 4 | <i>Mengganti SOP no. MAR-PLA-01 Tanggal : 10 Juli 2009</i> |

| | | |
|---------------------------------|--------------------------------------|------------------------|
| Dibuat oleh : | Diperiksa oleh : | Disahkan oleh : |
| Customer Service Manager | Sales & Marketing Manager | QEHS MR |

1. **TUJUAN** : Mengatur tata cara penanganan pelanggan baru dan lama.
2. **RUANG LINGKUP** : Departemen Marketing.
3. **BAHAN YANG DIGUNAKAN** : -
4. **ALAT YANG DIGUNAKAN** : -
5. **DEFINISI** : Pelanggan baru adalah pelanggan yang belum memiliki no account sedangkan pelanggan lama adalah pelanggan yang sudah memiliki no account.
6. **PELAKSANA** : TSM & CSR
7. **APD YANG DIPERLUKAN** : -
8. **PROSEDUR** :



8.1. **Penanganan Pelanggan Baru :**

- 8.1.1. TSM / CSR menerima info mengenai pelanggan baru baik melalui telepon, fax atau email.
- 8.1.2. TSM / CSR mencatat data pelanggan baru ke dalam form Persetujuan Customer Baru (MAR-PLA-01a) dan meminta persetujuan pihak terkait.
- 8.1.3. CSR mencatat data pelanggan baru ke dalam system dan Finance membuka lock sesuai prosedur berlaku.
- 8.1.4. TSM harus benar-benar mendapatkan informasi yang jelas dari pelanggan tersebut; jenis usaha, jenis produk yang dipasarkan, konsumsi kapsul perbulannya, jenis mesin / kapasitas produksi dalam bentuk sediaan kapsul, supplier kapsul saat ini, termasuk harga yang didapat, dll. Jika diperlukan, TSM atau CSR dapat meminta bantuan TSR untuk mendapatkan informasi ini.
- 8.1.5. TSM kemudian menjelaskan mengenai profile PT Capsugel, kualitas produk, jenis-jenis jasa pelayanan & dukungan yg dapat diberikan oleh PT. Capsugel. TSM bisa menjelaskan mengenai struktur harga PT. Capsugel setelah mendapatkan informasi pelanggan secara rinci dan menjelaskan mengenai nilai tambah PT Capsugel seperti tertera diatas.
- 8.1.6. Dalam hal penawaran harga, TSM dapat menginformasikan harga standar terlebih dahulu. Namun jika diperlukan penetapan harga dibawah harga standar harus mendapatkan persetujuan dari Sales & Marketing Manager dengan mempertimbangkan potensial bisnis dan kompetisi. Term pembayaran yang bisa diberikan untuk pelanggan baru adalah Cash on Delivery. Setelah pelanggan melakukan pemesanan lebih dari 3 (tiga) kali dan melakukan pembayaran tepat waktu maka TSM bisa mengajukan perubahan term pembayaran menjadi kredit kepada Sales & Marketing Manager.
- 8.1.7. Semua informasi mengenai kunjungan TSM ke pelanggan tersebut kemudian dilaporkan dalam Customer Visit Report.

8.2. **Penanganan Item Key Baru**

- 8.2.1. CSR input item key baru di system Dynamic AX sesuai User Manual CSR dan input data di system Sub Lot Tracking, menu Label Specifier khusus untuk item key yang memerlukan label khusus seperti kapsul import (*pilih report name : rptLbl_PTC_NO_MFG*) atau label dengan data penimbangan (*pilih report name: rptLbl_PTC_Avg*).
- 8.2.2. CSR menginformasikan item key baru ke CSM dan bagian terkait lewat email dengan Subject: Item Key Baru, Nama Perusahaan Hal yang perlu diinformasikan dalam email:
 - 8.2.2.1. Item Key Baru
 - 8.2.2.2. Spesifikasi khusus, misal Red Customer atau perlu label khusus (*label specifier*).
 - 8.2.2.3. Historical item, misal menggantikan item key lama atau perubahan mold (SF menjadi CS), warna tinta dst.

| | | |
|-------------------------------|--|---|
| PT. CAPSUGEL INDONESIA | PROSEDUR PENANGANAN PELANGGAN | SOP No. : MAR-PLA-01 Revisi No. : 12 Hal : 2 dari 3 Berlaku Tgl : 1 Februari 2011 |
| SALES & MARKETING | INFORMATION ONLY | <i>Mengganti SOP no. MAR-PLA-01 tanggal : 10 Juli 2009</i> |

- 8.2.3. Setiap bagian terkait melakukan verifikasi item key disystem Dynamics AX (Menu: Inventory Management-Item) sesuai petunjuk dibawah dan memberikan persetujuan melalui email ke QA cc printing. Bagian QA melakukan verifikasi untuk data: Capsule Origin, Product, Size, Closure, Body Color&Code, Cap Color&Code, Gelatin Formula, Item Key, Route / Scenario Code, Label Specifier di Sub Lot Tracking, Special Specification (Red Customer), Printed Body and Cap, Ink Code Body, SJH compliance and Cap, G Roll Code
- 8.2.4. Setelah menerima persetujuan dari QA, CSR membuka lock item key baru di system.

8.3. Penanganan Pembelian Gravure Roll

- 8.3.1. CSR melengkapi form Gravure Roll Order (MAR-PLA-01d), diserahkan ke bagian QA untuk di cek kelengkapan artwork approval, ink approval, SJH compliance dan product name, kemudian QA menyerahkan ke bagian Printing untuk dicek kelengkapan artwork approval, ink approval, printing type, PCM, track dan size. Setelah semuanya sesuai printing menyerahkan ke CSR untuk di setuju oleh Customer Service Manager dan proses pembuatan PP g-roll. Untuk repeat order g-roll, printing yang mengajukan permintaan pembelian g-roll tersebut.
- 8.3.2. CSR mengajukan pembelian Gravure Roll Order dengan lampiran: Form Gravure Roll Order, PP, Artwork yang telah disetujui customer dan PO apabila biaya pembelian Gravure Roll dibebankan ke customer.
- 8.3.3. Setelah disetujui oleh CSM/SM dan Site Manager, proses pembelian Gravure Roll bisa dilakukan oleh bagian Pembelian.
- 8.3.4. Setelah bagian Pembelian menerbitkan PO, bagian Printing mengirimkan artwork asli ke supplier Gravure Roll.

8.4. Penanganan Pemusnahan Gravure Roll

- 8.4.1. Gravure roll expired / rusak
- 8.4.1.1. CSR mendapatkan info mengenai Gravure roll expired / rusak dari Print PE.
- 8.4.1.2. Apabila Gravure Roll masih digunakan, maka CSR melakukan proses pembelian Gravure Roll untuk menggantikan Gravure Roll expired / rusak. Biaya pembelian Gravure Roll pengganti ini tidak ditagihkan ke customer.
- 8.4.1.3. Setelah Gravure Roll pengganti diterima, Print Process Engineer dapat memusnahkan gravure roll tsb tanpa persetujuan dari customer.
- 8.4.2. Gravure roll logo lama
- 8.4.2.1. CSR mendapatkan info mengenai perubahan logo dari customer.
- 8.4.2.2. CSR mengisi form gravure roll destruction request dan meminta persetujuan customer untuk pemusnahan gravure roll logo lama.
- 8.4.2.3. Setelah mendapat persetujuan pemusnahan dari customer, Print Process Engineer dapat memusnahkan gravure roll tsb.

9. ASPEK KESELAMATAN, KESEHATAN KERJA DAN LINGKUNGAN : -

10. REFERENSI / DOKUMEN YANG TERKAIT : SOP Penerimaan Order.

11. LAMPIRAN :

- 11.1. MAR-PLA-01a – New Customer Creating Application Form
- 11.2. MAR-PLA-01b – Sample Capsule Request
- 11.3. MAR-PLA-01c – Artwork Order Form
- 11.4. MAR-PLA-01d – Gravure Roll Order
- 11.5. MAR-PLA-01e – Color Approval Request ... Area
- 11.6. MAR-PLA-01f – Incoming Order Form
- 11.7. MAR-PLA-01g – Cad Cam Order
- 11.8. MAR-PLA-01i – Gravure Roll Destruction Request
- 11.9. Prospect Customer Data

| | | |
|-------------------------------|--|---|
| PT. CAPSUGEL INDONESIA | PROSEDUR PENANGANAN PELANGGAN | SOP No. : MAR-PLA-01 Revisi No. : 12 Hal : 3 dari 3 Berlaku Tgl : 1 Februari 2011 |
| SALES & MARKETING | INFORMATION ONLY | Mengganti SOP no. MAR-PLA-01 Tanggal : 10 Juli 2009 |

Catatan Perubahan :

| | |
|------------|---|
| 08/10/1999 | Merubah control copy dari 3 menjadi 8. |
| 01/05/2001 | Menambahkan "Jika diperlukan....." Pada butir 5. Mengubah nomor SOP, sebelumnya MAR-PLA-02. Mengubah judul form 'New Customer/New Contact' menjadi 'Prospect Customer Data' pada point 2. Perubahan masa kadaluarsa SOP, sebelumnya 08 Oktober 2001. |
| 31/12/2001 | Perpanjangan masa berlaku dokumen. |
| 31/12/2003 | Perpanjangan masa berlaku dokumen. |
| 01/07/2004 | Perubahan format SOP dan perubahan nomor SOP. |
| 30/12/2004 | Perubahan pada form lampiran, sebelumnya form MAR-PLA-01e menjadi form online. |
| 17/10/2005 | Perubahan judul, "prosedur penanganan pelanggan baru / potensial pelanggan" menjadi "prosedur penanganan pelanggan". Penambahan isi SOP pada point 1 & 2 (Pencantuman pembuatan SP-15). Integrasi 3 (tiga) system ISO 9001, ISO 14001, dan OHSAS 18001. |
| 01/02/2006 | Menambahkan kalimat pada poin : |
| 01/10/2006 | - Tujuan, sebelum : ...pelanggan baru. Menjadi : ...pelanggan baru dan lama, - Definisi, sebelum : ...Pelanggan baru adalah...dst. Menjadi : Pelanggan baru adalah...dst, sedangkan pelanggan lama adalah ...dst. - 8.1.6. ...Setelah pelanggan memesan...dan melakukan pembayaran tepat waktu...dst. Menambahkan isi prosedur tentang : - 8.2. Penanganan Item Key Baru : 8.2.1 s/d 8.2.6. - 8.3. Penanganan Pembelian Gravure roll : 8.3.1 s/d 8.3.4. - 8.4. Penanganan Pemusnahan Gravure roll : 8.4.1 (8.4.1.1 s/d 8.4.1.3) s/d 8.4.2 (8.4.2.1 s/d 8.4.2.3) |
| | Merubah kalimat pada poin : |
| | - 8.1.1. Sebelum : kontak, menjadi Info. - 8.1.2. Sebelum : form Prospect Customer Data (MAR-PLA-01a) untuk pelanggan baru, menjadi : form Persetujuan Customer Baru (MAR-PLA-01a). - 8.1.3. Sebelum : Segera setelah menerima kontak tsb, CSR menyerahkan...dst, menjadi : Customer baru dapat melakukan transaksi pertama setelah...dst. |
| 01/07/2008 | Penambahan pada poin 8.1.2. ... dan meminta persetujuan pihak terkait. Penambahan pada poin 8.1.3. (baru) Bagian Finance mencatat data pelanggan baru kedalam system ...dst. Perubahan pada poin 8.1.7. ... kemudian dilaporkan dalam Customer Visit Report. Menghilangkan poin 8.1.8. Setelah mendapatkan tembusan Customer Visit Report dari TSM, ...dst. |
| 10/07/2009 | Perubahan pada poin 8.2. Penanganan Item Key Baru: 8.2.1 – 8.2.4 (disesuaikan dengan system baru). Perubahan pada: Poin 8.1.3. sebelum: Bagian Finance mencatat data pelanggan baru ...dst, menjadi: CSR mencatat data pelanggan baru ...dst. |
| 19/01/2011 | Perubahan pada : Poin 8.2.3, "Setiap bagian terkait melakukan verifikasi item key ... dst ... dan memberikan persetujuan melalui email", ditambah "ke QA cc printing. Bagian QA melakukan verifikasi ... dst". Poin 8.2.4, "Setelah menerima persetujuan dari QA, CSR membuka ... dst", sebelumnya "Setelah menerima persetujuan, CSR membuka ... dst". Poin 8.3.1, "CSR melengkapi form Gravure Roll Order (MAR-PLA-01d), diserahkan ke bagian QA untuk di cek kelengkapan ... dst", sebelumnya "CSR melengkapi form Gravure Roll Order (MAR-PLA-01d) dan diserahkan ke Print Process Engineer untuk dicek ... dst". Poin 8.3.4, "Setelah bagian Pembelian menerbitkan PO, bagian Printing mengirimkan ... dst", sebelumnya "Setelah bagian Pembelian menerbitkan PO, Print Process Engineer mengirimkan ... dst". |

| | | |
|-------------------------------|--------------------------------------|--|
| PT. CAPSUGEL INDONESIA | PROSEDUR PENERIMAAN ORDER | SOP No. : MAR-PLA-12 Revisi No. : 03 Hal : 1 dari 3 Berlaku Tgl : 11 Okt. 2010 |
| SALES & MARKETING | INFORMATION ONLY | <i>Mengganti SOP no. MAR-PLA-12 Tanggal: 16 Pebruari 2009</i> |

| | | |
|---------------------------------|---------------------------------|-----------------------|
| Dibuat oleh: | Diperiksa oleh: | Disahkan oleh: |
| Customer Service Manager | Sales & Mar. Manager | QEHS MR |

1. **TUJUAN:**
Prosedur ini bertujuan memberikan pedoman dalam melaksanakan setiap penerimaan order dari customer serta kondisi yang diperlukan oleh bagian Customer Service.
2. **RUANG LINGKUP:**
Prosedur ini berlaku untuk setiap penerimaan order baik lisan maupun tulisan untuk order lokal maupun order luar negeri (ekspor). Prosedur ini diterapkan sejak :
 - 2.1. Penerimaan
 - 2.2. Tinjauan
 - 2.3. Negosiasi
 - 2.4. Input Order di Sistem
 - 2.5. Persetujuan
 - 2.6. Dokumentasi
 - 2.7. Amandemen
3. **BAHAN YANG DIGUNAKAN: -**
4. **ALAT YANG DIGUNAKAN: -**
5. **DEFINISI:**
 - 5.1. CSR: Customer Service Representative, CSM: Customer Service Manager, TSM: Territory Sales Manager. CSA: Customer Service Assistant.
 - 5.2. Gravure Roll: Roll SS yang diberi tulisan / logo yang diperlukan oleh mesin .cetak dalam proses pencetakan design / logo di kapsul
 - 5.3. Dynamic AX: Sistem komputerisasi yang digunakan oleh CSR untuk proses penerimaan order, pengiriman, dan pembuatan dokumen penagihan
 - 5.4. SP15: Dokumen yang diterbitkan CSR kepada bagian Planning yang berisikan keterangan lengkap mengenai order customer
 - 5.5. OC: Order Confirmation adalah dokumen yang diterbitkan CSR kepada customer yang berisikan keterangan lengkap mengenai order customer.
 - 5.6. WO: Work Order adalah dokumen yang berisikan data order produksi, form proses produksi dan proses pengecekan mutu produk.
6. **PELAKSANA:** Marketing.
7. **APD YANG DIPERLUKAN: -**
8. **PROSEDUR:**
 - 8.1. **Penerimaan, Tinjauan dan Negosiasi Order**
 - 8.1.1. CSR menerima order dari customer secara lisan melalui telepon atau melalui fax, email dan SMS.
 - 8.1.2. Bila customer order secara lisan atau melalui email dan tidak mengeluarkan PO yang menerangkan detail item secara lengkap maka CSR mengisi Form 'Incoming Order' (MAR-PLA-01f) sebagai pengganti PO dan CSA melakukan verifikasi ulang kepada customer atas isi dari Form tsb atau sebaliknya CSA yang mengisi form dan CSR yang melakukan verifikasi.

| | | |
|------------------------|--|--|
| PT. CAPSUGEL INDONESIA | PROSEDUR BENERIMAAN ORDER | SOP No. : MAR-PLA-12 Revisi No. : 03 Hal : 2 dari 3 Berlaku Tgl : 11 Okt. 2010 |
| SALES & MARKETING | INFORMATION ONLY 4 | <i>Mengganti SOP no. MAR-PLA-12</i> <i>Tanggal: 16 Pebruari 2009</i> |

- 8.1.3. Apabila order diterima dari customer baru/calon customer, maka CSR menginformasikannya kepada TSM, melalui telepon dan mengisi Form 'New Customer Creating Aplication' (MAR-PLA-01a). Selanjutnya TSM mengadakan kunjungan/kontak lewat telepon untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas mengenai calon customer dan menjelaskan produk, harga jual dan kondisi-kondisi yang dapat ditawarkan.
- 8.1.4. Sebelum memproses order, CSR melakukan pengecekan di sistem AX apakah PO sudah pernah diproses / belum dengan cara *filter by field* di kolom "*Customer requisition*" lalu ketik no. PO customer.
- 8.1.5. Tinjauan order dilakukan oleh CSR yang meliputi : *spesifikasi kapsul, harga, stok, batas kredit, jangka waktu pembayaran dan jadwal pengiriman*. Selanjutnya CSR meminta Planner menentukan tanggal pengiriman.
- 8.1.6. Apabila ada ketidaksesuaian pada PO / order customer dengan data di sistem maka CSR menunda proses pembuatan PO dan melakukan konfirmasi ulang dengan customer. Sebelum ada keputusan / kepastian dari customer, CSR menyimpan pending PO dalam map dan memberikan catatan khusus.
- 8.1.7. Apabila order merupakan suatu produk baru, maka dibuatkan permintaan pembuatan warna (*color matching*) ke bagian QA/Lab. dengan menggunakan form 'Color Sample Request' (MAR-PLA-01b) on line di *Server idjim03/CSR.* CSR memproses order setelah mendapat persetujuan warna dari customer. CSR membuat item key baru dan menginformasikan kepada bagian QA atau bagian terkait lainnya. Setelah CSR menerima verifikasi item key baru dari pihak terkait maka CSR membuka lock item key.
- 8.1.8. Order customer yang memerlukan proses printing dengan design/logo baru, dibuatkan permintaan pembuatan logo dengan form 'Artwork Order' (MAR-PLA-01c).
- 8.1.9. Apabila customer menyetujui artwork pada poin 8.1.8, dan memberikan persetujuan untuk pembelian Gravure Roll maka CSR memesan *Gravure Roll* kepada bagian produksi/Print PE dengan menggunakan form '*Gravure Roll Order*' (MAR-PLA-01d) dan mengisi permintaan pembelian (*Planned purchase orders*) di sistem AX sesuai dengan *User Manual CSR*.
- 8.2. Input Order di Sistem**
- 8.2.1. Apabila item key belum pernah diinput di system maka CSR input item key baru sesuai SOP MAR-PLA-01.
- 8.2.2. Apabila diperlukan modifikasi harga di system maka CSR melakukan prosedur sesuai SOP MAR-PLA-07.
- 8.2.3. Order Entry dilakukan sesuai petunjuk *User Manual CSR* dengan urutan sbb:
- 8.2.3.1. Create, Posting & Print Order Confirmation
- 8.2.3.2. Create, Posting & Print SP15, kecuali stock tersedia dan bisa dilakukan pengiriman langsung dari stock maka CSR tidak melakukan tahap 2. Sebagai pengganti CSR melakukan reservasi terhadap stock tsb.
- 8.2.4. Beberapa petunjuk khusus untuk SP15:
- 8.2.4.1. Order dengan proses BOM maka CSR memberikan cap *BOM REQUIRED* pada SP15 dan input no batch stok pada kolom "*Production Info*" serta melampirkan daftar stok yang dilengkapi dengan lokasi stok.
- 8.2.4.2. Order dengan proses pembatalan order lain / tukar tempat maka pada SP-15 dicap No Batch yang di delete dari BCFT1 dan Dynamic AX dan input alasan pembatalan / tukar tempat.
- 8.2.4.3. Order dengan item key baru maka pada SP15 ditulis note: **ITEM KEY BARU** dan alasannya. Bila item key baru karena ada perubahan warna/print maka dilampirkan persetujuan warna/print tsb.

| | | |
|-------------------------------|--------------------------------------|--|
| PT. CAPSUGEL INDONESIA | PROSEDUR PENERIMAAN ORDER | SOP No. : MAR-PLA-12 Revisi No. : 03 Hal : 3 dari 3 Berlaku Tgl : 11 Okt. 2010 |
| SALES & MARKETING | 4 | <i>Mengganti SOP no. MAR-PLA-12 Tanggal: 16 Pebruari 2009</i> |

8.2.5. Proses order entry menghasilkan dua (2) buah dokumen yaitu SP-15 dan Order Confirmation. Khusus order export, bila customer menginginkan bisa menggunakan *Proforma Invoice* sebagai pengganti *Order Confirmation* yang meliputi biaya pengiriman aktual khusus order dengan term *FOB* atau *Ex Work* dimana biaya pengiriman ditanggung oleh customer.

8.2.6. Apabila batas kredit sudah melampaui ketentuan berlaku, maka CSR mengajukan persetujuan berdasarkan ketentuan sesuai SOP FA-ACC-03. Bila tidak disetujui, maka CSR menginformasikan kepada customer untuk memenuhi kewajibannya terlebih dulu.

8.3. Persetujuan Order dan Dokumentasi

8.3.1. CSR meminta persetujuan CSM untuk SP-15 dan OC / Proforma Invoice dengan melampirkan PO atau Form Incoming Order dan Persetujuan Harga bila tidak ada PO atau harga tidak tercantum di PO. Khusus order sample maka CSR melampirkan form MAR-PLA-11a Sample Capsule Request.

8.3.2. Bila SP-15 tidak diperlukan karena pengiriman langsung dari stok maka CSR melampirkan daftar stock yang telah direservasi di sistem.

8.3.3. CSR memberikan SP-15 kepada Planning dan mengirimkan OC/Proforma Invoice ke customer dan meminta persetujuan customer. Persetujuan customer bisa berupa tandatangan customer pada OC/Proforma Invoice atau lewat email atau lisan lewat telepon. Selanjutnya CSR menyimpan Order Confirmation/Proforma Invoice berdasarkan urutan nomor SO di file *pre Shipment*.

8.4. Amandemen Order

Apabila ada perubahan / pembatalan pending order, CSR melakukan prosedur:

8.4.1. Cek status order, apakah sudah/belum diproduksi.

8.4.2. Cek status WO, apakah Planner sudah terbitkan WO atau belum.

8.4.3. Info TSM mengenai status diatas dan minta TSM untuk negosiasi dengan customer.

8.4.4. Bila tetap akan dibatalkan / dirubah spesifikasi, CSR info ke pihak terkait untuk membatalkan WO yang telah diterbitkan dari system BCFT1 dan system Dynamic AX dan menarik dokumen WO kembali ke Planner. CSR juga membatalkan SP15 dan OC dari system dan info customer mengenai pembatalan tsb.

9. REFERENSI / DOKUMEN YANG TERKAIT:

9.1. Standard ISO 9001/2000

9.2. Manual PT. Capsugel Indonesia

9.3. User Manual CSR

9.4. SOP FA-ACC-03

9.5. SOP MAR-PLA-01

10. LAMPIRAN: -

Catatan Perubahan:

| | |
|------------|--|
| 01/07/2008 | Perubahan pada format penulisan & isi prosedur (sesuai program baru Dynamic AX). |
| 16/02/2009 | Penambahan pada poin 8.2.2. Apabila diperlukan modifikasi harga disistem maka CSR melakukan prosedur sesuai SOP MAR-PLA-07. Menghilangkan poin 9.6. – 9.10 dan 10.1 – 10.2 (lampiran). |
| 07/10/2010 | Perubahan pada : Poin 8. subpoin 8.1.2 "Bila customer order secara lisan ... dst" sebelumnya "Apabila oder diterima ... dst". 8.1.4. "Sebelum memproses order ... dst" sebelumnya "Apabila ada ketidaksesuaian ... dst". 8.1.5. "Tinjauan order dilakukan oleh CSR ... dst" sebelumnya "apabila order ... dst". 8.1.6 Apabila ada ketidaksesuaian pada PO ... dst" sebelumnya : Order customer yang ... dst". 8.1.7 s/d 8.1.9 subpoin baru. 8.2.4.1 "Order dengan proses BOM ... dst ... BOM REQUIRED pada SP15 ... dst" sebelumnya : "Order dengan proses BOM ... dst ... BOM REQUIRED dan input No Batch ... dst". 8.3.1 "CSR meminta persetujuan CSM untuk SP-15 dan OC ... dst ... tidak tercantum di PO". Sebelumnya : CSR meminta persetujuan CSM untuk SP-15 dan OC ... dst ... tidak tercantum di PO. Bila SP 15 ... dst". |

Customer Record Application Form

| | | | | | | |
|--------------------|---|---|--|-----------------------------------|---|-------------------------------------|
| Customer Key | | Created Date | | Type of Record | New <input type="checkbox"/> | Amandement <input type="checkbox"/> |
| CSR Name | | Sales Group | | Currency | IDR <input type="checkbox"/> | USD <input type="checkbox"/> |
| Customer Name | | | | Applicant | | |
| Address (Bill To) | | | | Zip Code | | |
| Address (Ship To) | | | | Zip Code | | |
| Tel No. | | Fax No. | | Business Scope | | |
| Contact Person | | | | Email Web Site Email/ | | |
| Bank & Account | | | | Tax ID (NPWP) | | |
| Reason Of Creating | | | | Material Requested | | |
| Payment Days | <input type="checkbox"/> COD | <input type="checkbox"/> 30 Days | <input type="checkbox"/> 45 Days | <input type="checkbox"/> 60 Days | <input type="checkbox"/> 120 Days | <input type="checkbox"/> Others: |
| Payment Term | <input type="checkbox"/> Cash | <input type="checkbox"/> Cheque / BG | <input type="checkbox"/> Down Payment | | <input type="checkbox"/> Bank Transfer | |
| VAT Term | <input type="checkbox"/> Import | <input type="checkbox"/> VAT 10% | <input type="checkbox"/> Simple VAT (Non PKP) | | <input type="checkbox"/> Export | <input type="checkbox"/> Others: |
| Delivery Term | <input type="checkbox"/> DDP | <input type="checkbox"/> CFR | <input type="checkbox"/> CIF | <input type="checkbox"/> EX-WORKS | <input type="checkbox"/> FOB | <input type="checkbox"/> Others: |
| Delivery Mode | <input type="checkbox"/> Air | <input type="checkbox"/> Courier | <input type="checkbox"/> Hand Carry | <input type="checkbox"/> Sea | <input type="checkbox"/> Train | <input type="checkbox"/> Truck |
| GPIHP/FCPA | <input type="checkbox"/> 1 NGO NHP Non Government Official Non Healthcare Professionals | | <input type="checkbox"/> 2 NGO HP Non Government Official Healthcare Professionals | | <input type="checkbox"/> 3 GO HP Government Official Healthcare Professionals | |
| | <input type="checkbox"/> 4 GO NHP Government Official Non Healthcare Professionals | | <input type="checkbox"/> 5 AGO Associated with a Government Official | | <input type="checkbox"/> 6 VIGO Vendor Retained to Interact with a Government Official | |
| Approved By | | | | | | |
| Date | CSR Manager | | Finance & Accounting Manager | | | |

SAMPLE CAPSULE REQUEST

| | | |
|--|---|--|
| DATE: | CUSTOMER: | PURPOSE : 1. Filling Trial 2. Registration 3. Others : |
| PRODUCT + SIZE + COLOR : | LOGO PRINT + INK : | QUANTITY (PCS): |
| TOTAL VALUE (USD or IDR) : <i>Note: using std cost</i> | TOTAL FREIGHT COST (USD or IDR) : INFORMATION ONE | SALES TAX KEY: 1. SALES + PPN (with value) 2. SAMPLE + PPN (Free of Charge) |
| SAMPLE DETAILS: 1. FROM STOCK BN # _____ | SAMPLE SENT VIA : 1. Hand Carry 2. Courier 3. Airfreight 4. Seafreight 5. Others ETD : _____ | SHIP TO ADDRESS: |
| REQUEST BY : | APPROVED BY: | VERIFIED BY: |
| (CSR) | (TSM / TSE / SM) | (CSM) |

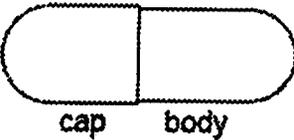
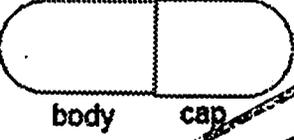
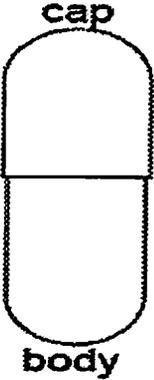
SOP MAR-PLA-08 (Procedure of Sample Request):

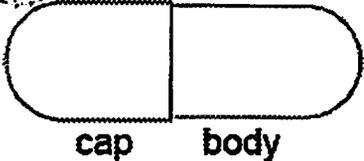
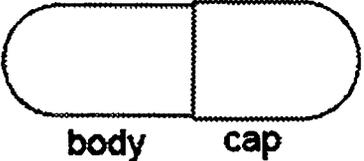
1. Max quantity sample / per customer / year = 100,000 pcs except approved by SM
2. Sample > 5,000 pcs must be completed by TSE / TSM visit report

ARTWORK ORDER FORM

Data filled by Customer Service + QA :

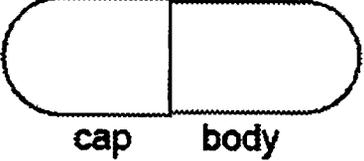
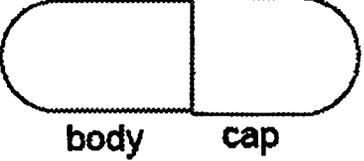
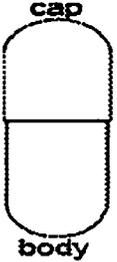
| | | | |
|-----------------------|--|---------------------------------------|-----------------|
| Customer | | Issued date | |
| Country | | | |
| Product name | | Required date | |
| Printing type | | Estimate capsule order per year (pcs) | |
| Machine Required | | Dimension required | 1. Yes 2. No |
| Single / Double Color | | CSR name | |

| RECTIFIED AXIAL PRINT | | RECTIFIED RADIAL PRINT | |
|--|---|--|---|
| Size : Body Color : Body Code : Cap Color : Cap Code : Ink Body : Ink Body Code: Ink Cap : Ink cap code CSR sign : QA check : Logo : ok/not ok Ink : ok/not ok SJH compliance : ok/not ok |  <p>cap body</p>  <p>body cap</p> | Size : Body Color : Body Code : Cap Color : Cap Code : Ink Body : Ink Body Code: Ink Cap : Ink cap code CSR sign : QA check : Logo : ok/not ok Ink : ok/not ok SJH compliance : ok/not ok |  <p>cap</p> <p>body</p> |

| UNRECTIFIED AXIAL PRINT | |
|--|--|
| Size : Body Color : Body Code : Cap Color : Cap Code : Ink Body : Ink Body Code: Ink Cap : Ink cap code CSR sign : QA check : Logo : ok/not ok Ink : ok/not ok SJH compliance : ok/not ok |  <p>cap body</p>  <p>body cap</p> |

Data filled by Printing :

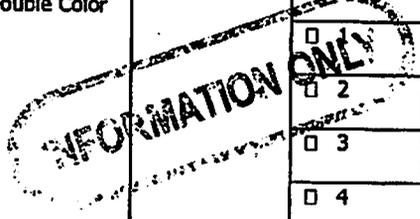
| | | | |
|------------------------------|---|-----------------------------------|-------------------------------|
| Received date | | Design no. | |
| Finished date | | Capsule size | |
| Required quantity (pcs of) | <input type="checkbox"/> Artwork design | <input type="checkbox"/> Bromides | <input type="checkbox"/> Film |

| |
|--|
| Layout  <p>cap body</p>  <p>body cap</p>  <p>cap</p> <p>body</p> |
|--|

| | |
|----------|---------------|
| Comments | Printing Sign |
|----------|---------------|

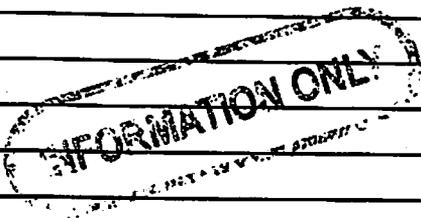
GRAVURE ROLL ORDER

| | | | | | | |
|--|--|--|---|---------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------|
| Printing logo | Body : Cap : | Customer name : | | | | |
| Design no. : | | Country : | | | | |
| Supplier : | <input type="checkbox"/> RSD Germany | CSR name : | | | | |
| | <input type="checkbox"/> Zhong Seng (Suzhou China) | Required ETD : | Urgent | | | |
| | <input type="checkbox"/> RSD China | Status : | <input type="checkbox"/> New order | | | |
| | <input type="checkbox"/> Saga | | <input type="checkbox"/> Repeat order | | | |
| | | | <input type="checkbox"/> Transfer order | | | |
| PRINTING TYPE | PCM | TRACK | SIZE | LOGO TRACK | SIZE | LOGO TRACK |
| <input type="checkbox"/> Un-rectified Axial | <input type="checkbox"/> MARKEM | <input type="checkbox"/> Single <input type="checkbox"/> Double | <input type="checkbox"/> 0D/00 | <input type="checkbox"/> 1 X 9 | | |
| | | | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 2 X 10 | <input type="checkbox"/> 0EL | <input type="checkbox"/> 2 X 10 |
| | | | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 X 10 | | |
| | | | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 2 X 11 | | |
| | | | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 2 X 12 | | |
| | | | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 2 X 12 | | |
| | <input type="checkbox"/> A-8 | <input type="checkbox"/> Multi | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 8 X 14 | | |
| | | | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 8 X 14 | | |
| | | | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 8 X 14 | | |
| | | | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 8 X 14 | | |
| | <input type="checkbox"/> B-4 | <input type="checkbox"/> Multi | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 8 X 14 | | |
| | | | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 8 X 14 | | |
| <input type="checkbox"/> 2 | | | <input type="checkbox"/> 16 X 14 | | | |
| <input type="checkbox"/> 3 | | | <input type="checkbox"/> 16 X 14 | | | |
| <input type="checkbox"/> Rectified Axial <input type="checkbox"/> Radial / Spin print <input type="checkbox"/> Un-rectified Axial <input type="checkbox"/> Un-rectified Radial Note : AR/RR = track 10 X 7 AN/RN = track 5 X 2 | <input type="checkbox"/> C-10 | <input type="checkbox"/> Multi | <input type="checkbox"/> 0D/00 | <input type="checkbox"/> 10 X 7 | <input type="checkbox"/> 0A/DB-A/Su A | <input type="checkbox"/> 10 X 7 |
| | | | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 5 X 2 | <input type="checkbox"/> 0T/000 | <input type="checkbox"/> 5 X 2 |
| | | | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 10 X 7 | | |
| | | | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 5 X 2 | | |
| | | | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 10 X 7 | | |
| | | | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 X 2 | | |
| | | | <input type="checkbox"/> 0C/DB-C/Su C | <input type="checkbox"/> 10 X 7 | | |
| | | | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 5 X 2 | | |
| | | | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 10 X 7 | | |
| | | | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 5 X 2 | | |
| | | | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 10 X 7 | | |
| | | | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 X 2 | | |
| | <input type="checkbox"/> C-3 | <input type="checkbox"/> Single | <input type="checkbox"/> 0D/00 | <input type="checkbox"/> 1 X 5 | <input type="checkbox"/> DB A | <input type="checkbox"/> 1 X 10 |
| | | | <input type="checkbox"/> 0 | <input type="checkbox"/> 1 X 10 | <input type="checkbox"/> 0A/DB-A/Su A | <input type="checkbox"/> 10 X 7 |
| | | | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 1 X 10 | <input type="checkbox"/> 0T/000 | <input type="checkbox"/> 5 X 2 |
| | | | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 1 X 10 | | |
| | | | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 1 X 10 | | |
| | | | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 1 X 10 | | |
| <input type="checkbox"/> 0C/DB-C/Su C | <input type="checkbox"/> 1 X 10 | | | | | |
| <input type="checkbox"/> 0T/000 | <input type="checkbox"/> 1 X 5 | | | | | |
| Artwork made by : <input type="checkbox"/> PTC <input type="checkbox"/> SCL <input type="checkbox"/> RSD <input type="checkbox"/> CTH <input type="checkbox"/> Other (describe.....) | | | Description Product : <input type="checkbox"/> Product Name : <input type="checkbox"/> Body Color / code : <input type="checkbox"/> Cap Color / code : <input type="checkbox"/> Ink Body / Code : <input type="checkbox"/> Ink Cap / Code : | | | |
| QA check : <input type="checkbox"/> Artwork logo approval : ok / not ok <input type="checkbox"/> Ink : ok / not ok <input type="checkbox"/> SJH Compliance : ok / not ok | | | Cost of G-roll : <input type="checkbox"/> Value : <input type="checkbox"/> Paid by customer (PO required) : <input type="checkbox"/> Paid by PTC : | | | |
| Requested by | | Checked by | | Approved by | | |
| CSR | | QA Regulatory | | Printing Manager | | |
| | | | | CS Manager | | |



**INCOMING ORDER FORM
(Capsule & Equipment)**

| | | |
|---|-------------------|---|
| CSR Name | | |
| Date | | |
| Name of Customer | | |
| Account No | | |
| ORDER REQUEST | | |
| Capsule Size (Ignore for Equipment) | | |
| Color <i>(Ignore for Equipment)</i> | Body | |
| | Cap | |
| Printing <i>(Ignore for Equipment)</i> | Body | |
| | Cap | |
| Ink Color <i>(Ignore for Equipment)</i> | Body | |
| | Cap | |
| Item Key | | |
| Product Name / Code | | |
| Quantity Order | | |
| Delivery Request | | |
| Shipment To | | |
| Price per 1,000 capsules | | |
| Order Requested by <i>(via phone, email, etc)</i> | 1 Customer | |
| | 2 TSM | |
| | 3 Others | |
| Other Information | | SO Number: Batch / Serial Number: Promised ETD: |



Prepared by:

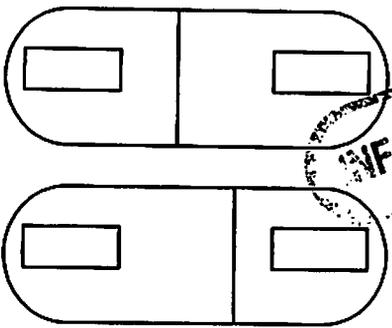
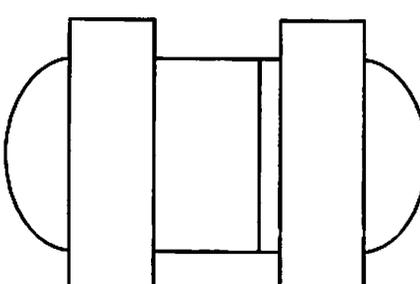
Verified by:

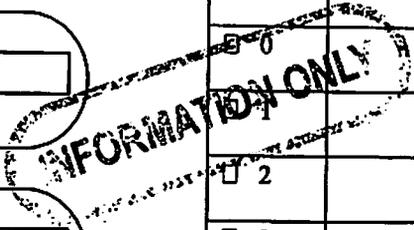
(Name, Sign & Date)

(Name, Sign & Date)

CAD CAM ORDER

| | | | |
|-----------------|---------------------|------------------------------------|--|
| Printing logo : | | Printing type / machine required : | |
| Design no.: | | Customer name : | |
| Capsule color | Body : | Product name : | |
| | Lab no : | | |
| Ink color | Cap : | Required delivery : | |
| | Lab no : | | |
| Ink color | Body : | Supplier : | |
| | Lab no / Ink code : | | |
| Ink color | Cap : | CSR name : | |
| | Lab no / Ink code : | | |

| PRINTING TYPE | SIZE | Comments |
|---|-----------------------------|----------|
| <input type="checkbox"/> Unrectified / Rectified Axial  | <input type="checkbox"/> 00 | |
| | <input type="checkbox"/> 0 | |
| | <input type="checkbox"/> 2 | |
| | <input type="checkbox"/> 3 | |
| | <input type="checkbox"/> 4 | |
| | <input type="checkbox"/> 4 | |
| <input type="checkbox"/> Radial Rectified / Spin Print  | <input type="checkbox"/> 00 | |
| | <input type="checkbox"/> 0 | |
| | <input type="checkbox"/> 1 | |
| | <input type="checkbox"/> 2 | |
| | <input type="checkbox"/> 3 | |
| | <input type="checkbox"/> 4 | |



Notes : _____

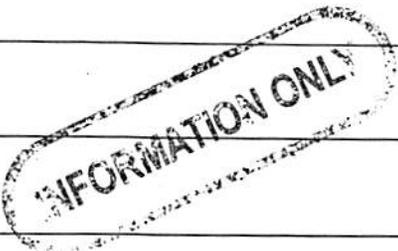
| | | |
|---------------------|-------------------------------|-----------------------|
| <i>Requested by</i> | <i>Checked by</i> | <i>Approved by</i> |
| | | |
| CSR | Print Process Engineer | CS Coordinator |

GRAVURE ROLL DESTRUCTION REQUEST

Dear Customer,

PT. CAPSUGEL INDONESIA WILL DESTROY YOUR GRAVURE ROLL WITH FOLLOWING DETAILS :

| | |
|-----------------------|--|
| DATE OF DESTRUCTION | |
| COMPANY | |
| CUSTOMER ADDRESS | |
| SIZE | |
| PRINT | |
| REASON OF DESTRUCTION | |



Please give your approval to destruct the above Gravure Roll and send your confirmation by signing this form and send back to us by fax # 021-8752227.

APPROVED BY :

CUSTOMER NAME :

DATE :

PT. CAPSUGEL INDONESIA
JL. RAYA BOGOR KM 42 CIBINONG 16916
PH : (62-21) 875-2226
FAX : (62-21) 875 2227
PIC : PEGGY YUNITA (Customer Service Manager)

PERUBAHAN UKURAN HCM (HCM SIZE CHANGE)

Tanggal : _____ Kode Bar Awal : _____
 HCM # : _____ Kode Bar Pengganti : _____
 Ukuran Awal : _____
 Ukuran Pengganti : _____
 Diajukan oleh,
 Planner _____



Paraf & tgl

| No | Deskripsi Pekerjaan | Pelaksana | Keterangan |
|-----|---|-----------|------------|
| 1. | Ganti head automatic | | |
| 2. | Ganti joinner block | | |
| 3. | Ganti moldbars B/C | | |
| 4. | Ganti sieve greensort | | |
| 5. | Ganti sieve dan plate borsor | | |
| 6. | Ganti stripper B/C | | |
| 7. | Ganti bar pliffer insert khusus size 0D | | |
| 8. | Ganti holder pelumasan khusus size 0T | | |
| 9. | Ganti T slide khusus size 0T | | |
| 10. | Ganti greaser cassette khusus size 0T | | |
| 11. | Ganti center conveyer khusus size 0T | | |

- Tulis nama pelaksana dan sebutkan identifikasi barang yang dipakai di kolom keterangan

Diterima oleh :

Dilaksanakan oleh:

Diperiksa oleh :

Paraf & tgl
MSL/PE

Paraf & tgl
M&E Manager

Paraf & tgl.
Workshop Spv.

Paraf & tgl
ME

PERMOHONAN PERUBAHAN PINDAH HCM

| | | | |
|----------------------------|---|-----------------------|--|
| Tanggal : | | Diajukan oleh: | |
| No. WO/Batch: | | Nama Customer: | |
| Alasan Pindah Mesin | | | |
| Pindah HCM | Dari HCM | Ke HCM | |
| Jumlah Order: | | | |
| Diketahui oleh | | | |
| Bagian | Tanggal/Paraf | | |
| Gelatin |  | | |
| HCM | | | |
| Borsor | | | |
| Finishing | | | |
| QA | | | |
| Planner | | | |
| Catatan : | | | |

STOCK PRODUCTION FORM

Standard Color Customize Color

| | | |
|---|-----------------------|-----|
| CUSTOMER | | |
| ACCOUNT NO | | |
| STOCK REQUEST | | |
| Capsule Size | | |
| Color | Body | |
| | Cap | |
| Printing | Body | |
| | Cap | |
| Ink Color | Body | |
| | Cap | |
| Item Key | | |
| Product Name | | |
| Sales Historical for this product (pcs) | 1. Last Year () | pcs |
| | 2. This Year () | pcs |
| Produced Quantity (pcs) | | |
| Estimated Time to be in stock (month) | | |
| Other Information | | |

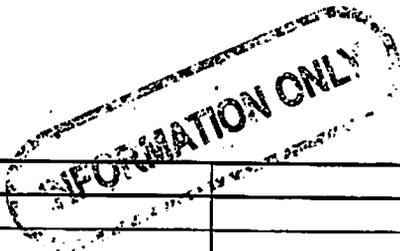
Requested by:

Approved by:

(Sign, Name & Date)

(Sign, Name & Date)

cc: CSM / CSR / Planner



| | |
|------------------------|-----------------------------------|
| PT. Capsugel Indonesia | Form no. :MAR- PLA-04b |
| | Rev. # 02 |
| | Efektif berlaku: 27 Pebruari 2008 |

WARNA STANDAR PT.CAPSUGEL INDONESIA

| SIZE 0 | BODY | CODE | CAP | CODE |
|--------|--------------|--------|----------------|--------|
| | D.GREEN OP. | 18.715 | D.GREEN OP. | 18.715 |
| | ORANGE OP. | 21.723 | ORANGE OP. | 21.723 |
| | SCARLET OP. | 32.717 | BLACK TR. | 02.700 |
| | SCARLET OP. | 32.717 | SCARLET OP. | 32.717 |
| | MAROON OP. | 33.724 | MAROON OP. | 33.724 |
| | NATURAL BOV. | 43.700 | NATURAL BOV. | 43.700 |
| | WHITE OP. | 44.700 | SCARLET OP. | 32.717 |
| | WHITE OP. | 44.700 | WHITE OP. | 44.700 |
| | FLESH OP. | 52.710 | CHOC.BROWN OP. | 09.715 |
| | | | | |
| SIZE 1 | BODY | CODE | CAP | CODE |
| | BROWN OP. | 10.709 | BROWN OP. | 10.709 |
| | MAROON OP. | 33.724 | MAROON OP. | 33.724 |
| | IVORY OP. | 38.705 | A.BLUE OP. | 05.704 |
| | NATURAL | 43.700 | NATURAL | 43.700 |
| | | | | |
| SIZE 2 | BODY | CODE | CAP | CODE |
| | D.GREEN | 18.715 | D.GREEN | 18.715 |
| | ORANGE OP. | 21.723 | ORANGE OP. | 21.723 |
| | SCARLET OP. | 32.717 | BLACK TR. | 02.700 |
| | MAROON OP. | 33.724 | MAROON OP. | 33.724 |
| | S.YELLOW OP. | 42.705 | D.GREEN OP. | 18.715 |
| | NATURAL | 43.700 | NATURAL | 43.700 |
| | WHITE OP. | 44.700 | D.GREEN OP. | 18.715 |
| | WHITE OP. | 44.700 | B.MAROON OP. | 33.700 |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

DAFTAR PEMERIKSAAN KENDARAAN BULANAN

Pengemudi :

No. Polisi :

Bulan & Tahun :

| Perlengkapan | KETERANGAN | | |
|-------------------------|------------|-----------|-----------|
| | Ada/Baik | Ada/Rusak | Tidak Ada |
| STNK + Buku KIR / Emisi | | | |
| RADIO | | | |
| AC DEPAN | | | |
| AC BELAKANG | | | |
| SABUK PENGAMAN | | | |
| PEMBERSIH KACA | | | |
| KACA SPION LUAR | | | |
| KACA SPION DALAM | | | |
| LAMPU DEPAN | | | |
| LAMPU BELAKANG | | | |
| LAMPU REM | | | |
| LAMPU SEN | | | |
| LAMPU MUNDUR | | | |
| LAMPU HAZARD | | | |
| LAMPU KABUT (2 BH) | | | |
| BAN KIRI DEPAN | | | |
| BAN KANAN DEPAN | | | |
| BAN KIRI BELAKANG | | | |
| BAN KANAN BELAKANG | | | |
| BAN CADANGAN | | | |
| DONGKRAK | | | |
| PUTARAN DONGKRAK | | | |
| KUNCI RODA | | | |
| KUNCI PAS | | | |
| KUNCI RING | | | |
| TANG | | | |
| OBENG | | | |
| SEGITIGA PENGAMAN | | | |
| P3K | | | |
| MINYAK KOPLING | | | |
| MINYAK REM | | | |
| MINYAK MESIN | | | |
| AIR RADIATOR | | | |
| AIR ACCU | | | |
| APAR | | | |

CATATAN

Dibuat oleh : (Nama, Tanggal & Ttd)

Diperiksa oleh : (Nama, Tanggal & Ttd)

Disetujui oleh: (Nama, Tanggal & Ttd)

Petunjuk Pendaftaran Kapsul sesuai sistem Manajemen yang berlaku di PT. Capsugel Indonesia:

Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja OHSAS 18001

1. Pengemudi mematuhi UU Lalu Lintas dan Angkutan Jalan yang berlaku.
2. Pengemudi mempunyai SIM dan selalu membawa SIM dan STNK sewaktu bertugas
3. Pengemudi memastikan kondisi diri tidak dalam keadaan mabuk, mengantuk atau berpengaruh obat pada waktu bertugas
4. Pengemudi melaporkan setiap kecelakaan lalu lintas dan atau pelanggaran lalu lintas yang terjadi kepadanya, kepada atasan/nya dan atau pihak yang berwajib, sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
5. Pengemudi menjaga setiap keadaan kondisi kendaraan yang menjadi tanggung jawabnya kepada atasannya dan atau bagian umum (General Affair).
6. Pengemudi menjaga kondisi kendaraan dengan melakukan servis perawatan berkala dan memastikan kendaraan layak jalan sebelum melakukan tugas.
7. Pengemudi memahami program HIRARC (Hazard Identification & Risk Assessment & Risk Control) atau program Pengendalian dan Perlindungan Risiko Identifikasi Bahaya yang dibuat untuk Dept. Sales & Marketing.

Sistem Manajemen Lingkungan ISO 14001

1. Pengemudi memahami Identifikasi Aspek dan Dampak Lingkungan yang dibuat untuk Dept. Sales & Marketing.
2. Pengemudi memastikan kendaraan yang digunakan telah memenuhi baku mutu emisi dan baku mutu udara.

Sistem Manajemen Mutu ISO 9001

1. Pengemudi mengatur penempatan kemasan kapsul pada kendaraan tidak merusak kemasan, label atau kapsul.
2. Pengemudi mengontrol suhu box truck sesuai dengan persyaratan yang ditentukan.
3. Pengemudi mengontrol kondisi box truck layak untuk pengiriman kapsul (tidak bocor, tidak berbau tajam dan memiliki pengunci).
4. Pengemudi membawa surat muatan dokumen perjalanan (packing list) dan COA sesuai dengan serah terima dari bagian gudang.

Petunjuk Sistem Jaminan Halal

1. Pengemudi menjaga kebersihan kendaraan dan juga kemasan produk
2. Pengemudi menjaga produk tidak tercampur / terkontaminasi dengan produk non halal.

Saya telah membaca, memahami dan melakukan semua Petunjuk Keselamatan & Kebersihan Pengiriman Kapsul diatas.

Dibuat oleh :

(Nama, Tanggal & Ttd)



SHIPPING INSTRUCTION

To :

Attn :

We confirm our booking of Shipment as follows :

Shipper :

PT CAPSUGEL INDONESIA
Jl. Raya Bogor KM 42, Cibinong-Jawa Barat
Tlp. 8752226 Fax. 8752227

Consignee :

Notify Party :

Port of Destination :

Stuffing Date :

Departure Date :

Shipping Term :

Shipping Marks :

Description of Goods :

EMPTY HARD GELATIN CAPSULES #

Packing List # :

Container :

Temperature Condition :

Setting temperature at 18 degree Celsius or 64.4 Fahrenheit degree and
and Range temperature at 15 - 25 degree Celsius for Reffer Container

Special Instruction for your
action

Packaging (Boxes) :

Quantity (in 000) :

Carton Dimension :

Gross Weight / Nett Weight :

Measurement :

Freight :

Nominate EMTL :

Remarks :

Thank you for arrangement.

Best Regards,

Cibinong, August 1, 2006

CSR

cc. Distribution & Plan Officer

PT. CAPSUGEL INDONESIA

Jl. Raya Bogor KM 42 - Cibinong 16911 - Jawa Barat
Telp. (021) 8752226 - Fax (021) 8752227
Web Address: www.capsugel.com

ISO 14001

ISO 9001

PT. Capsugel Indonesia

Form no. :MAR-PLA-06b

Rev. # 01

Efektif berlaku: 01 Juli 2004

SHIPPING ADVICE

INFORMATION ONLY

PT. CAPSUGEL INDONESIA

Jl. Raya Bogor Km. 42 • Cibinong 16916 • PO Box 15/CBI • Indonesia

Tel: (+62-21) 875-2226 • Fax (+62-21) 875-2227

Web Address: www.capsugel.com

ISO 9001

ISO 14001

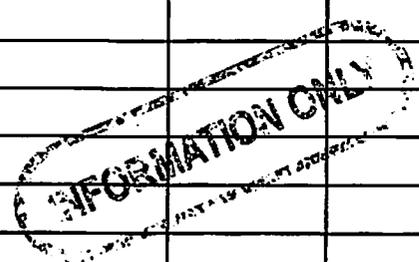
PRICE TABLE REQUEST FORM

Customer:

Account No:

Area:

| Currency | Item | Configuration | From date | To date | Quantity | Price / 000 |
|----------|------|---------------|-----------|---------|----------|-------------|
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

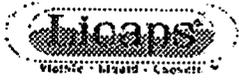


| Requested by: | |
|---------------|---------------------------------|
| Title | Customer Service Representative |
| Name | |
| Date | |
| Sign | |

| Approved by: | |
|--------------|--------------------------|
| Title | Customer Service Manager |
| Name | |
| Date | |
| Sign | |

CUSTOMER COMPLAINT REPORT

| | | | | | | | | | | | | |
|---|-----------------|---------------|--|--------------|--------------------------|------------------------------|---------------------|--|------------------------------|--|--------------------------|-----------------------|
| | DATE (DD/MM/YY) | CUSTOMER NAME | REFERENCE NO | CAPSULE SIZE | CAPSULE COLOR (BODY-CAP) | PRINT & INK COLOR (BODY-CAP) | QUANTITY (PCS) | PROBLEM DESCRIPTION <i>(PLEASE INDICATE PERCENTAGE)</i> | STORAGE CONDITIONS | CUSTOMER REQUEST | SAMPLE OF DEFECT CAPSULE | CUSTOMER NAME & SIGN: |
| | | | 1. BATCH: 2. BOX: 3. PACKING LIST: | | | | | | TEMPERATURE: °C. HUMIDITY: % | 1. Quality Info 2. Investigation 3. TSE Visit 4. Replacement 5. Credit Note 6. Pick up defective capsules 7. Others: | | |
| | | | | | | | ORDER: REJECTED: | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | | |
| FILLED BY CSR OF PT.CAPSUGEL INDONESIA: | | | | | | | | | | | | |
| Received: _____ Call ID: _____ Status: _____ Type of complaint: _____ | | | | | | | | | | | | |



INFORMATION STATEMENT CUSTOMER COMPLAINT

FILL IN ONE FORM PER LOT / Tinted case to be completed by customer/Sales/CSR

1) Commercial service part

4. Complaint identification

| | | | | | |
|---------------------------------------|--|--------------------------|--|------------|----------|
| Customer | | Lot : | | Product : | |
| Reception date by customer (DD/MM/YY) | | CONFIDENTIAL ONLY | | Lot size : | cartons |
| Customer wishes : | | | | | capsules |

4. Complaint reason (for each defect, indicate the percentage it represents on the whole lot)

| | | | |
|--|--|---|--|
| S U M M A R Y | Leaking caps. <input type="checkbox"/> % | Breakable capsules <input type="checkbox"/> % | Foreign capsule <input type="checkbox"/> % |
| | Color variation <input type="checkbox"/> % | Empty capsules <input type="checkbox"/> % | Residual of oil <input type="checkbox"/> % |
| | Appearance <input type="checkbox"/> % | Crystallization <input type="checkbox"/> % | Caps. deformed <input type="checkbox"/> % |
| | Capsules stuck <input type="checkbox"/> % | Damaged box(es) <input type="checkbox"/> % | Wrong quantity <input type="checkbox"/> % |
| | Other (specify) <input type="checkbox"/> % | Description : | |

4. Additional information

| | | |
|-------------------------------|--|--|
| When was the defect noticed ? | Pallet(s) reception <input type="checkbox"/> During control for lot approval <input type="checkbox"/> Before re-pack <input type="checkbox"/> During re-pack <input type="checkbox"/> After re-pack <input type="checkbox"/> By the consumer <input type="checkbox"/> | |
| Storage conditions ? | Before re-pack Temp : _____ °C - Relative humidity : _____ % After re-pack Temp : _____ °C - Relative humidity : _____ % | |
| How is done the re-pack ? | Description : | |
| Packaging type | Blister <input type="checkbox"/> Bottle* <input type="checkbox"/> * : number of capsules per bottle : _____ | |

For a better answer you, we ask you to send us the sample of the capsules presenting the defect(s).



INFORMATION STATEMENT CUSTOMER COMPLAINT

If the defect was detected before re-pack, please send us the sample in a size adapted flask and protect it by a tissue .If the defect detected after re-pack, please send us the sample in the final packaging, protecting it from shocks.

Sample sent on :

No sample available :

Date and Signature Customer :

B) Quality Assurance part

Investigation part

| | |
|--|--|
| Leaker rate of this complaint's lot | |
| Historical data of leak rate of this product | |

Result of internal investigation



Correctives actions

Date :

Signature :

Complaint classification

| | |
|---------------------|--------------------------|
| Justified Complaint | <input type="checkbox"/> |
| Justified Remark | <input type="checkbox"/> |
| Foreign capsule | <input type="checkbox"/> |

| | |
|-------------------------|--------------------------|
| Non justified complaint | <input type="checkbox"/> |
| Non justified remark | <input type="checkbox"/> |
| Technical information | <input type="checkbox"/> |

LICAPS SAMPLE REQUISITION FORM

REQUESTOR:

Request no. _____

General Information(s).

Specify Purpose: _____
(Ref. to Sheet-2)

Product Name : _____

Q.M. no / Product Code: _____ / _____

Capsule type: Licaps LVcaps

No. of capsules required: _____

Capsule size : 00 0 1

Customer/ Country: _____ / _____

Capsule color, if finalised : _____

Raw material provided by customer (Y/N) : _____ (Kg)

Remark(s): _____

Note:

- Normal packing will be in plastic bottle or bag depending on capsules quantity, kindly specify if special pack required.

Requested by/ Date _____ / _____
(TSM/SM/BD)

FORMULATION / PURCHASING

New RM required (Y / N): _____

Received/Date _____

| | | |
|----------------------------|---|----------------------------|
| (1) _____ Est. cost: _____ | ; | (4) _____ Est. cost: _____ |
| (2) _____ Est. cost: _____ | ; | (5) _____ Est. cost: _____ |
| (3) _____ Est. cost: _____ | ; | (6) _____ Est. cost: _____ |

QUALITY CONTROL

CoA requested (Y / N): _____

Received/Date _____

Reference Std name : _____

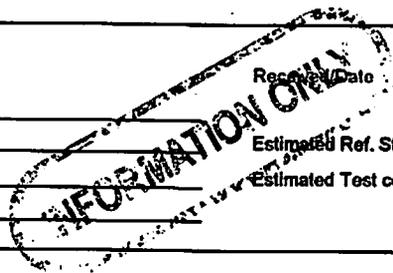
Reference Std q'ty need : _____

Test method available (y/n) : _____

Est. test method available : _____

Estimated Ref. Std. cost _____ (Baht)

Estimated Test cost _____ (Baht)



MANAGEMENT

Acknowledged/ Date: _____
(CSR - Licaps)

Total cost to be charged (Baht) : _____

Approved/ Date: _____
(Plant Manager)

Approved/ Date: _____
(Sales & Marketing, Director)

DC/ FORMULATION

All Required RM(s) received : _____

Sample done and submitted : _____

Sent/Date _____

QUALITY ASSURANCE

Sample receiving date : _____

Estimate CoA ready : _____

Issued/Date _____

CSR-Licaps

Sample received : _____

CoA received, if requested : _____

Sent/Date _____

| Code | Packing List | Invoice | Return Goods Condition | Location WH | ACTION | | | |
|----------|--------------|------------|---|-------------|--|---|---|-------------------------------|
| | | | | | CSR | WH | QA | FINANCE |
| 001 A | Not posted | Not posted | Not delivered yet Back to stock | CBN | 1. Delete PL 2. Release reservation | 3. Move Location | | |
| 001 B | Not posted | Not posted | Delivered to Customer Back to stock | CBN | 1. Delete PL 2. Release reservation | 3. Move Location | | |
| 002 A | Posted | Not posted | Back to stock Full Quantity Return | CBN | 2. Submit PK Return + PL to Finance | 1. PK Return (Sales Return, Return All) | | 3. Posted PK Return |
| 002 B | Posted | Not posted | Back to stock Partial Quantity Return | CBN | 2. Submit PK Return + PL to Finance | 1. PK Return (Sales Return, Return All) | | 3. Posted PK Return |
| 002 C | Posted | Not posted | No Return Goods Administration Only Full Quantity Return | CBN | 2. Issue New PL 4. Submit PK Return + old & new PL + Invoice to Finance | 1. PK Return (Sales Return, Return All) 3. Update & Posted New PL | | 5. Posted PK Return & Invoice |
| 002 D | Posted | Not posted | No Return Goods Administration Only Partial Quantity Return | CBN | 2. Issue New PL 4. Submit PK Return + old & new PL + Invoice to Finance | 1. PK Return (Sales Return, Return All) 3. Update & Posted New PL | | 5. Posted PK Return & Invoice |
| 003 A | Posted | Posted | Back to stock Or Destroy at PTC Full Quantity Return | OBS | 1. SO Return + Memo CN + NRP 4. Create Credit Note (Select PK Return) | 2. PK Return (Sales Return, Return All) 5. If released by QA: a. move location (phsic) from OBS to RAK b. move location (system) c. move WH (system) from OBS to Q-CBN If not release by QA: a. Scrap the return goods based on DO Form from QA b. Berita Acara Pemusnahan | 3. Release / Reject Goods 6. If released : Ended by box & batch. Location to CBN. If not released by QA: Ended by box & batch. Buat DO Form | 5. Posted CN |
| 003 B | Posted | Posted | Back to stock Or Destroy at PTC | OBS | 1. SO Return + Memo CN + NRP | 2. PK Return (Sales Return, Return Action, Choose return box, Post) | 3. Release / Reject Goods | 5. Posted CN |

| Code | Packing List | Invoice | Return Goods Condition | Location WH | ACTION | | | |
|------|--------------|---------|---|-----------------|--|---|---|---------------------------------------|
| | | | | | CSR | WH | QA | FINANCE |
| | | | Partial Quantity Return SO Return | | 4. Create Credit Note (Select PK Return) | 5. If released by QA : a. move location (phsic) from OBS to RAK b. move location (system) c. move WH (system) from OBS to Q-CBN If not release by QA: a. Scrap the return goods based on DO Form from QA b. Berita Acara Pemusnahan | 6. If released : Ended by box & batch. Location to CBN. If not release by QA: Ended by box & batch. Buat DO Form | |
| 004 | Posted | Posted | Destroy at Customer | OBS | 1. SO Return + Memo CN + NRR + DO Form (filled by customer) 2. Create Credit Note (All Return Sales) | | 4. Scrap Quantity by Box Ended by box Issue DO Form | 3. Posted CN |
| 005 | Posted | Posted | Administration Only SO Return Partial quantity Return | CBN | 1. SO Return + Memo CN + NRR 3. Create Credit Note (Select PK Return) 5. Issue New SO, PL, Invoice | 2. PK Return (Sales Return, Return Action, Choose return box, Post) 6. Update & Post new PL | | 4. Posted CN 7. Posted new invoice |
| 006 | Posted | Posted | Administration Only No SO Return Full quantity Return | CBN Customer | 1. Memo CN 3. Using old SO to create new PL | 2. PK Return (Sales Return, Return All) 6. Update & Post new PL | | 5. Posted CN 6. Posted new invoice |

PERMOHONAN PEMBUATAN PACKING SLIP RETURN

| | | | |
|-------------------------|--|----------------------|--|
| Tanggal | | Customer | |
| No. SO | | No. Batch | |
| No. PL | | No. Invoice | |
| Item sales tax group | | sales tax group | |
| Total Kirim (pcs) | | Total Retur (pcs) | |
| Call ID / Heat Register | | No. Nota Retur Pajak | |
| No. SO Replacement | | No. SO Return | |

Alasan pembuatan packing slip return:

“Return Action” khusus untuk transaksi dengan SO Return (Kode 003, 004 dan 005):
(pilih salah satu di Tab Setup “Return Item”):

1. Return From Customer (Lampirkan Surat dari Customer) – Khusus kode transaksi no. 003
2. Scrap at Customer (Lampirkan Destruction Order Form) – Khusus kode transaksi no. 004 dan 005

Return Transaction Code:

(Pilih salah satu, lihat dari Form MAR-PLA-15a, Transaksi Retur Barang)

1. 001A / 001B (PL & Invoice not posted yet, goods return to WH)
2. 002A / 002B (PL posted, Invoice not posted yet, goods return to WH)
3. 002C / 002D (PL posted, Invoice not posted yet, no return goods, administration only)
4. 003A (PL & Invoice has been posted, goods full quantity return to WH)
5. 003B (PL & Invoice has been posted, goods partial quantity return to WH)
6. 004 (PL & Invoice has been posted, goods destroyed at customer place)
7. 005 (PL & Invoice has been posted, no return goods, administration only, partial quantity)
8. 006 (PL & Invoice has been posted, no return goods, administration only, full quantity) – No SO Return

| | |
|-------------------|----------------|
| Dibuat oleh | Disetujui oleh |
| | |
| CS Representative | CS Manager |