

**PENGARUH PENERAPAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI
PENJUALAN DAN PEMBELIAN TERHADAP PENCAPAIAN LABA
PADA PT PRAKARSA MITRA SOLUSINDO
MAKASSAR**

Diajukan oleh :

RISKY

4516013112



SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BOSOWA

MAKASSAR

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi
Penjualan dan Pembelian Terhadap Pencapaian Laba
Pada PT Prakarsa Mitra Solusindo Makassar

Nama Mahasiswa : Risky

Stambuk/NIM : 4516013112

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Akuntansi

Telah Disetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Muh. Kafrawi Yunus, SE., MM Adil Setiawan, Amd.Kom., SE., M.Si, Ak., CA

Mengetahui dan Mengesahkan:
Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Universitas Bosowa Makassar

**Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Bosowa**

**Ketua Program Studi
Akuntansi**

Dr. H.A. Arifuddin Mane, SE., M.Si., SH., M.Si., SH., MH. Dr. Firman Merne, SE., M.Si., Ak., CA

Tanggal Pengesahan :

PERNYATAAN KEORISINILAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Risky

No. Stambuk : 4516013112

Jurusan : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Judul : Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan dan Pembelian Terhadap Pencapaian Laba Pada PT Prakarsa Mitra Solusindo

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan sama sekali.

Makassar, 30 September 2020



Risky

ABSTRACT

Risky.2020 The Influence of The Application of Sales and Purchase Accounting Information System on Profit Achievement on PT Prakarsa Mitra Solusindo Makassar in South Sulawesi, supervised by Mr. Muh. Kafrawi Yunus and Mr. Adil Setiawan.

The application of accounting information systems in companies contributes to increasing company profits. The purpose of this study is to find out and analyze the application of the accounting information system for sales and profit purchases at PT Prakarsa Mitra Solusindo.

The object of research is PT Prakarsa Mitra Solusindo Makassar. The analysis used is the classical assumption test analysis and multiple linear regression analysis using SPSS 26.

The results showed that the application of the sales and purchasing accounting information system had an effect on profits at PT Prakarsa Mitra Solusindo.

Keywords: Sales Accounting Information System Purchase Accounting Information System, Profit Achievemen

ABSTRAK

Risky.2020.Skripsi.Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan dan Pembelian Terhadap Pencapaian Laba Pada PT Prakarsa Mitra Solusindo Makassar) di Sulawesi Selatan yang telah dibimbing oleh Bapak Muh. Kafrawi Yunus dan Bapak Adil Setiawan.

Penerapan sistem informasi akuntansi pada perusahaan memberikan kontribusi terhadap peningkatan laba perusahaan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis penerapan sistem informasi akuntansi penjualan dan pembelian terhadap pencapaian laba pada PT Prakarsa Mitra Solusindo.

. Objek penelitian adalah PT Prakarsa Mitra Solusindo Makassar. Penelitian ini menggunakan analisis uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penerapan penerapan sistem informasi akuntansi penjualan dan pembelian berpengaruh terhadap pencapaian laba pada PT Prakarsa Mitra Solusindo.

**Kata Kunci : Sistem Informasi Akuntansi Penjualan,
Sistem Informasi Akuntansi Pembelian, Pencapaian Laba**

KATA PENGANTAR

Assalamu alaikum Wr.Wb.

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta kekuatan kepada penulis sehingga mendapatkan kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan dan Pembelian Terhadap Pencapaian Laba Pada PT Prakarsa Mitra Solusindo Makassar”. Penulisan skripsi ini merupakan persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan strata I di Universitas Bosowa Makassar. Tak lupa shalawat dan salam penulis tunjukan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang memberikan banyak contoh teladan bagi kemaslahatan umat manusia.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidaklah mudah dan tidak dapat diselesaikan tanpa dukungan dan bantuan berupa bimbingan, dorongan, doa, tenaga, ide-ide, maupun pemikiran dari berbagai pihak. Berkat dorongan dan motivasi dari merekalah yang akhirnya mengantarkan penulis kepada penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Penulis persembahkan skripsi ini kepada mereka yang paling berjasa dalam kehidupan penulis yaitu Kakek Abd. Wahab, BCHK Ayahanda Muh. Waris dan Ibunda Misnawaty, yang setiap saat dengan cucuran keringatnya dan dalam setiap hembusan napasnya selalu mendoakan penulis, selalu sabar mendidik, membimbing dan membesarkan penulis dengan penuh cinta dan

kasih sayang. Terima kasih atas kesempatan yang diberikan kepada penulis dengan penuh cinta dan kasih sayang. Terima kasih atas kesempatan yang telah diberikan kepada penulis untuk memperoleh pendidikan yang terbaik. Demikian pula untuk kakak dan adikku tersayang beserta keluarga besar penulis yang lain.

2. Bapak Prof. Dr. Ir. Saleh Pallu, M.Eng Rektor Universitas Bosowa Makassar
3. Bapak Dr. H. A. Arifuddin Mane, SE., M.Si., SH., MH Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bosowa Makassar.
4. Bapak Dr. Firman Menne, SE., M.Si., AK., CA. sebagai Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bosowa Makassar sekaligus Penasehat Akademik yang sangat berjasa menambah ilmu pengetahuan dan banyak membantu penulis selama menyelesaikan studi di Universitas Bosowa.
5. Bapak Dr. Muh. Kafrawi Yunus, SE., MM dan Bapak Adil Setiawan, Amd.Kom., S.E., M.Si, Ak., CA. sebagai pembimbing I dan II yang dengan penuh kesabaran, disela kesibukannya masih meluangkan waktu dan memberikan masukan, arahan, dan petunjuk yang sangat berarti bagi penulis.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Terkhusus Dosen Jurusan Akuntansi Universitas Bosowa Makassar yang sangat berjasa menambah ilmu pengetahuan dan banyak membantu penulis selama menyelesaikan studi di Universitas Bosowa.

7. Segenap staf akademik Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bosowa Makassar yang telah membantu penulis dalam segala hal urusan administrasi untuk penyelesaian studi.
8. Bapak Erick Prakarsa Wibowo selaku Direktur Utama PT Prakarsa Mitra Solusindo Makassar yang telah membantu penulis dalam ketersediaan sebagai responden untuk memperoleh informasi yang diperlukan berupa penyediaan data.
9. Ibu Husnul Khatimah selaku Admin Project PT Prakarsa Mitra Solusindo Makassar yang telah membantu penulis dalam ketersediaan sebagai responden untuk memperoleh informasi yang diperlukan berupa penyediaan data.
10. Segenap staf Perpustakaan Umum dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bosowa Makassar yang telah memberikan pelayanan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman angkatan 2016 Universitas Bosowa Makassar yang selama empat tahun ini berjuang bersama dalam mewujudkan cita-cita, terkhusus kelas Akuntansi *Non Reguler* yang menjadi keluarga baru untuk penulis selama berproses di Universitas Bosowa.
12. Sahabat Sejati (Abi, Ade, Angel, Aulia, Devi, Putri, Dewi dan Nuzul). Terima kasih selama ini atas kerjasama, dukungan dan Do'anya.
13. Terima kasih kepada pihak-pihak lain yang penulis tidak dapat sebutkan satu-persatu, terima kasih atas semua bantuan dan do'anya. Kebaikan dan ketulusan yang telah diberikan kepada penulis tidak akan pernah penulis

lupakan, semoga segala bantuan yang tidak ternilai harganya ini mendapat imbalan di sisi Allah SWT sebagai amal ibadah, Aamiin.

Akhir kata penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan-perbaikan ke depan. Semoga Allah SWT ridho atas skripsi ini sehingga bisa bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Makassar, 30 September 2020



Risky

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEORISINILAN	ii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Sistem Informasi Akuntansi	12
2.2 Penjualan dan Siklus Penjualan	17
2.2.1 Penjualan	17
2.2.2 Strategi Pemasaran	22
2.2.3 Pengertian Siklus Penjualan	24
2.2.4 Jenis-Jenis Bagan Alir (Flowchart) Siklus Penjualan	26
2.2.5 Aktivitas Pada Siklus Penjualan	38
2.3 Pembelian dan Siklus Pembelian	42
2.3.1 Pengertian Pembelian	42
2.3.2 Persediaan Barang Dagang	45
2.3.3 Siklus Pembelian	47
2.3.4 Tujuan Siklus Pengeluaran	48
2.3.5 Jenis-Jenis Bagan Alir (Flowchart) Siklus Pembelian	49
2.3.6 Aktivitas Pada Siklus Pembelian	53
2.4 Pencapaian Laba	56

2.4.1	Pengertian Laba	56
2.4.2	Faktor yang Harus di Pertimbangkan dalam Pemaksimalan Laba	58
2.4.3	Langkah Dalam Pemaksimalan Laba	62
2.4.4	Profitabilitas	64
2.5	Kerangka Konseptual	67
2.6	Kerangka Pikir	69
2.7	Hipotesis	70
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Daerah Penelitian	71
3.2	Metode Pengumpulan Data	71
3.3	Jenis dan Sumber Data	71
3.3.1	Jenis Data	71
3.3.2	Sumber Data	72
3.4	Metode Analisis	72
3.5	Definisi Operasional	80
3.5.1	Variabel Bebas	80
3.5.2	Variabel Terikat	81
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	82
4.1.1	Profil PT Prakarsa Mitra Solusindo Makassar	82
4.1.2	Visi dan Misi PT Prakarsa Mitra Solusindo Makassar	83
4.1.3	Produk PT Prakarsa Mitra Solusindo Makassar.....	84
4.1.4	Struktur Organisasi PT Prakarsa Mitra Solusindo Makassar.....	87
4.1.5	Sistem Informasi Akuntansi Penjualan	90
4.1.6	Sistem Informasi Akuntansi Pembelian	91
4.1.7	Pencapaian Laba.....	92
4.2	Deskripsi Data.....	93
4.2.1	Data Tahun 2017.....	93
4.2.2	Data Tahun 2018.....	94
4.2.3	Data Tahun 2019.....	95

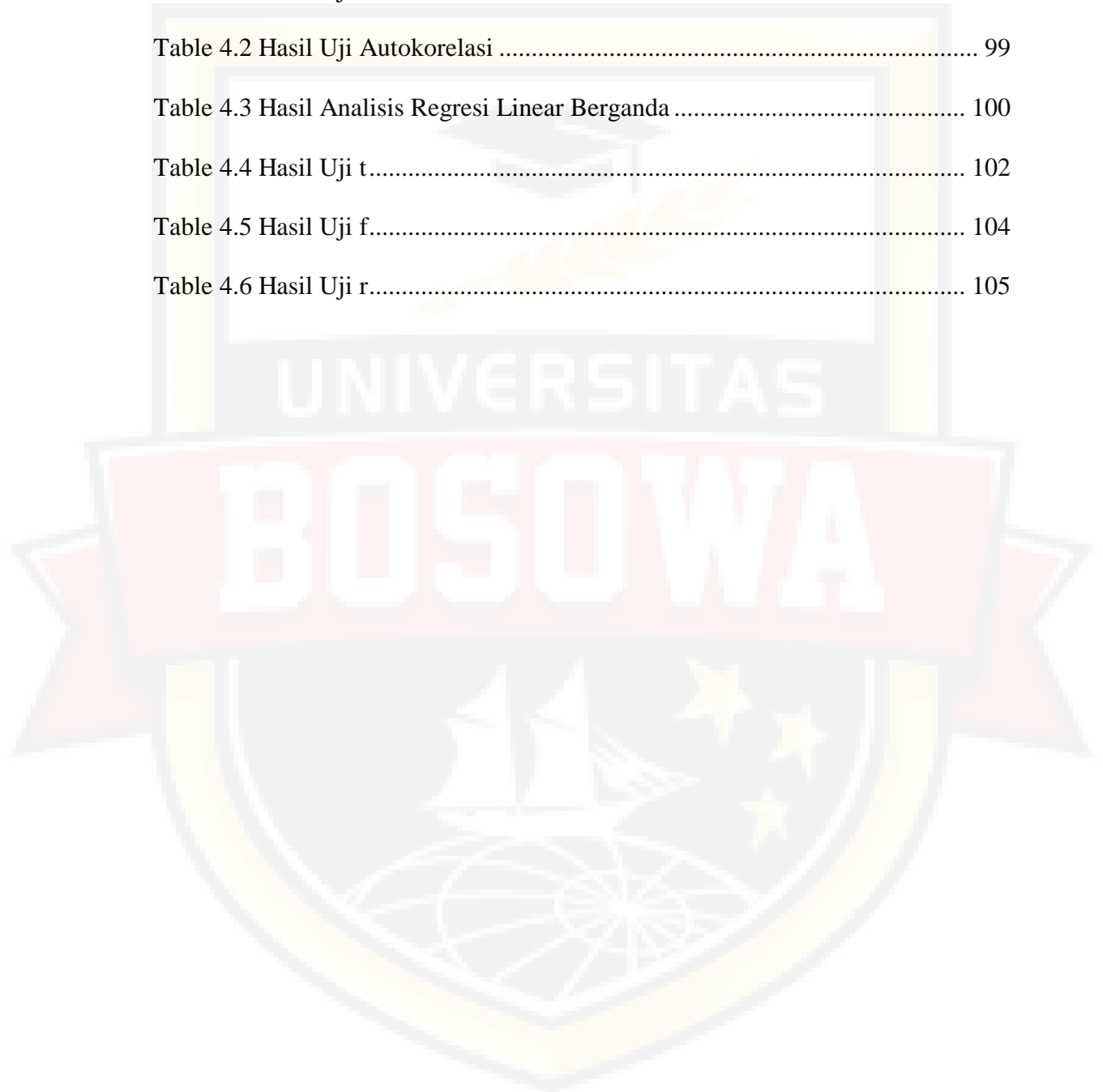
4.3 Hasil Analisis Data.....	96
4.3.1 Uji Asumsi Klasik	96
4.3.1.1 Uji Normalitas	96
4.3.1.2 Uji Heteroskedastisitas	97
4.3.1.3 Uji Multikolinieritas	98
4.3.1.4 Uji Autokorelasi	99
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda	99
4.3.2.1 Uji Hipotesis	102
4.3.2.1.1 Uji t	102
4.3.2.1.2 Uji f	104
4.3.2.1.3 Uji r	105
4.4 Ringkasan Penelitian	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	109
5.1 Kesimpulan	109
5.2 Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Siklus Penjualan Tunai.....	26
Gambar 2.2 Siklus Penjualan Kredit.....	31
Gambar 2.3 Siklus Pembelian Kredit.....	49
Gambar 2.4 Kerangka Konseptual	67
Gambar 2.5 Kerangka Pikir.....	69
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Prakarsa Mitra S	87
Gambar 4.2 Data Tahun 2017	93
Gambar 4.3 Data Tahun 2018	94
Gambar 4.4 Data Tahun 2019	95
Gambar 4.5 Hasil Pengujian Normal Probability	96
Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	97

DAFTAR TABEL

Table 4.1 Hasil Uji Multikolinieritas	98
Table 4.2 Hasil Uji Autokorelasi	99
Table 4.3 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	100
Table 4.4 Hasil Uji t.....	102
Table 4.5 Hasil Uji f.....	104
Table 4.6 Hasil Uji r.....	105



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Praktek akuntansi dan pengungkapan informasi pun dipengaruhi oleh faktor ekonomi, sosial dan politik. Faktor-faktor yang mempengaruhi praktek akuntansi dan pengungkapan informasi adalah budaya, regulasi akuntansi, profesi akuntansi, riset dan pendidikan akuntansi, inflasi, pengembangan dan pertumbuhan ekonomi, sistem perpajakan, pasar modal, aktivitas-aktivitas perusahaan, sistem kepemilikan perusahaan, sistem politik, sistem hukum, iklim sosial dan faktor-faktor internasional. Faktor-faktor tersebut bersifat dinamis dan bervariasi antara satu negara dengan yang lain. Sistem akuntansi di suatu negara akan bervariasi berdasarkan besarnya pengaruh lingkungan dan sistem akan memunculkan pola perilaku tertentu.

Beberapa perusahaan memiliki tujuan utama yang ingin dicapai begitu juga dengan perusahaan dagang. Perusahaan dagang merupakan suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang berdagangan barang dan bisnis utamanya membeli barang dari pemasok atau *supplier* kemudian menjual kembali ke konsumen tanpa mengubah wujud barang tersebut. Pencatatan dan prosedur akuntansi perusahaan dagang tidak berbeda dengan perusahaan jasa. Laba atau rugi suatu perusahaan dagang dihitung dengan cara mengurangkan pendapatan dari hasil penjualan dengan biaya-biaya yang digunakan pada periode yang bersangkutan.

Biaya-biaya tersebut meliputi harga pokok (*cost*) barang yang terjual, biaya angkut dan biaya operasional yang terjadi selama periode bersangkutan. Sistem

akuntansi pembelian belum sesuai dengan unsur-unsur sistem akuntansi pembelian. Ketidakpastian antara lain ialah fungsi pembelian merangkap sebagai fungsi penerimaan.

Sistem akuntansi merupakan sarana bagi manajemen dalam mendapatkan informasi dari dalam perusahaan maupun luar perusahaan. Informasi yang diperoleh data atas laporan keuangan berfungsi dalam pengambilan keputusan manajemen, perencanaan, pengendalian, dan sebagai sumber keunggulan daya saing. Menurut Ernita, Rachmawati (2018:69) Kinerja pembelian tidak mempengaruhi pencapaian laba kotor, karena sebenarnya yang mampu mempengaruhi adalah harga pokok penjualan, sesuai dengan teori analisis laba kotor.

Menurut James A.Hall (2001:56), Sistem akuntansi pembelian mengakui kebutuhan untuk membeli kebutuhan persediaan (seperti bahan baku, persediaan barang dagang) dan memerlukan pemesanan dengan pemasok. Ketika barang diterima maka bagian keuangan membentuk akun hutang dagang untuk membayar sesuai dengan tanggal jatuh tempo pada faktur atau *invoice* yang telah diterima. Sistem informasi akuntansi pembelian dapat diartikan pula sebagai sistem yang dibangun untuk mempermudah pelaksanaan pembelian dengan mengotomatisasikan keseluruhan maupun beberapa bagian dari proses pembelian dalam pengadaan persediaan barang yang akan dijual.

Sistem akuntansi pembelian yang baik harus disertai dengan pengendalian internal yang baik dengan menerapkan sistem informasi akuntansi yang memadai untuk menciptakan efektif pengendalian internal. Mulyadi (2016:312) menyatakan

bahwa pembelian dibutuhkan unsur pokok sistem pengendalian internal yang terdiri dari organisasi, sistem otoritas, prosedur pencatatan dan praktik sesuai standar operasional prosedur yang telah diterapkan.

Kegiatan transaksi penjualan perusahaan tidak lepas dari kegiatan pembelian persediaan barang dagang. Perusahaan berharap agar kegiatan transaksi penjualan berjalan dengan baik, maka dibutuhkan sistem pengendalian dalam pembelian persediaan sebagai bagian penting perusahaan. Pentingnya pengendalian pembelian persediaan karena dalam pelaksanaan kegiatan transaksi penjualan harus ada stok persediaan barang dagang.

Sistem akuntansi pembelian persediaan barang dagang dirancang untuk menangani atau meminimalisir masalah yang berkaitan dengan transaksi pembelian atas persediaan barang dagang yang dibutuhkan perusahaan. Sebuah bisnis sangat bergantung dengan *supplier* atau *principal* maka dari itu pentingnya menjalin hubungan baik dengan *supplier* atau *principal*. PT Prakarsa Mitra Solusindo telah dipercaya oleh 20 *principal* atau produsen berbagai macam produk *security* seperti cctv, finger print, barrier gate, access control, door lock, hotel lock, lift control sampai produk *security system* yang terintegrasi. Masalah-masalah sering dihadapi pada perusahaan dagang berkaitan dengan pembelian persediaan adalah keterlambatan pengiriman, rusaknya barang selama pengiriman, biaya angkut udara yang mahal, dll. Kelancaran proses transaksi penjualan membutuhkan ketersediaan barang dagang yang cukup sehingga masalah persediaan menjadi masalah yang sering dihadapi oleh perusahaan dalam proses transaksi penjualan.

Menurut Basu Swasta (2000:2), Penjualan adalah ilmu dan seni yang mempengaruhi pribadi yang dilibatkan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Penjualan termasuk salah satu kegiatan yang penting dalam perusahaan karena sumber utama pencapaian laba perusahaan berasal dari penjualan. Kegiatan penjualan dapat dilaksanakan dengan baik jika didukung oleh sistem penjualan yang memadai. Sistem informasi yang memadai akan menghasilkan informasi-informasi penting yang diperlukan oleh pimpinan dalam mengambil keputusan yang tepat bagi kemajuan organisasi dan daya saing organisasi. PT Prakarsa Mitra Solusindo berusaha mendekatkan diri ke pelanggan dengan membuka kantor dilokasi strategis agar dapat menambah *active outlet*, penetrasi dan kedalaman pendistribusian produk-produk *security system* di Indonesia khususnya wilayah Sulawesi.

PT Prakarsa Mitra Solusindo hadir dan bekerja untuk memberikan solusi keamanan yang tepat guna untuk *user* atau pengguna melalui produk security yang berkualitas dan pelayanan jasa dengan penuh tanggung jawab. PT Prakarsa Mitra Solusindo dalam mengembangkan dan memasarkan produk security system integration melalui segemen ritel dan project. Pemasaran produk melalui segmen ritel lebih fokus pada pengguna akhir dengan skala kecil sementara untuk segmen project lebih fokus dengan skala nilai lebih besar baik pengguna akhir maupun melalui kontraktor

Peningkatan penjualan menjadi salah satu tujuan perusahaan seperti halnya PT Prakarsa Mitra Solusindo untuk itu selain menyetuh pengguna akhir PT Prakarsa

Mita Solusindo juga senantiasa merangkul dealer dan installer di daerah Sulawesi dalam mendistribusikan produk security ke para pengguna akhir dengan memberikan pelayanan paripurna dan solusi tepat guna.

Aktivitas penjualan seringkali menimbulkan piutang dagang perusahaan sebagai pengganti uang tunai atau pembayaran *downpayment* terlebih dahulu sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

Penjualan barang dagangan secara kredit adalah transaksi cepat dan akurat. Penjualan kredit dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mengirimkan barang sesuai dengan *purchase order* yang diterima dari pembeli dan untuk jangka waktu tertentu perusahaan mempunyai tagihan kepada pembeli tersebut. Menghindari piutang tidak tertagih, setiap penjualan kredit yang pertama kepada outlet selalu didahului dengan surat perjanjian kredit yang telah disepakati antara principal selaku pihak pertama yang memberi kredit dan outlet selaku pihak kedua yang menerima kredit.

Transaksi penjualan memberikan kontribusi yang besar dalam pencapaian laba bagi perusahaan. Penerapan sistem akuntansi penjualan yang terorganisir dengan baik dan benar diharapkan dapat mempermudah pelaksanaan transaksi penjualan yang efektif.

Proses transaksi penjualan juga memiliki peluang yang cukup tinggi untuk melakukan tindak penyimpangan yang dapat merugikan perusahaan. Pada proses transaksi penjualan perusahaan harus memiliki pengendalian internal dengan baik dengan harapan kondisi keuangan perusahaan tetap terjaga dan perusahaan dapat memaksimalkan pencapaian laba.

Objek penelitian ini merupakan perusahaan dagang sekaligus penyedia jasa. Aktivitas pokok perusahaan ini ialah mendistribusikan produk ke pengguna akhir melalui segmen ritel ataupun project serta mendistribusikan ke *dealer atau outlet* dan para *installer* dengan maksud untuk memperoleh keuntungan. Nilai dari transaksi penjualan akan dilaporkan sebagai pendapatan penjualan (*sales revenue*) dan harga pokok dari barang terjual akan diakui sebagai harga pokok penjualan (*cost of goods sold*). Pendapatan penjualan setelah dikurangi dengan harga pokok penjualan akan memperoleh laba kotor (*gross profit*). Nilai tersebut dinamakan laba kotor karena perusahaan masih belum memperhitungkan beban operasional yang turut dikeluarkan dalam rangka menghasilkan pendapatan.

Entitas yang dijadikan objek dalam penelitian ini menggunakan metode pencatatan persediaan secara terus menerus (*perpetual*). Pencatatan perpetual adalah metode pencatatan yang dilakukan secara terus menerus berdasarkan transaksi bisnis perusahaan yang menyebabkan pemasukan, pengeluaran persediaan barang, dan retur pembelian barang yang dilakukan oleh sebuah perusahaan. Hal ini dilakukan perusahaan meski ketika dilakukan secara tunai maupun kredit. Perusahaan akan menyediakan kartu stok untuk mencatat pergerakan stok masuk dan keluar yang berasal dari transaksi harian anda seperti masuk dari pembelian, masuk dari retur pelanggan, keluar dari penjualan atau pemakaian barang tertentu.

Kegiatan membeli dan menjual kembali barang akan menghasilkan laba. Memperoleh laba menjadi salah satu tujuan utama para pedagang atau perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya. Manajemen selalu merencanakan pencapaian

laba untuk setiap periode dengan menetapkan target yang harus dicapai. Penentuan target besaran laba dapat diukur berdasarkan program penjualan baru yang berubah-ubah setiap bulan atau periode tertentu demi menarik minat pembeli. Pencapaian target laba merupakan salah satu ukuran untuk menentukan daya saing perusahaan di masa mendatang. Penentuan target laba memiliki peranan yang sangat penting. Hal tersebut dimaksudkan agar manajemen perusahaan semakin termotivasi untuk bekerja secara maksimal dalam mengelola sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Laba yang diperoleh perusahaan terdiri dari dua macam yaitu laba kotor (*gross profit*) dan laba bersih (*net profit*). Menurut Dr. Kasmir, laba kotor adalah laba yang diperoleh sebelum dikurangi dengan biaya-biaya yang menjadi beban perusahaan. Artinya laba keseluruhan yang pertama sekali diperoleh perusahaan. Sedangkan laba bersih merupakan laba yang telah dikurangi oleh biaya-biaya yang dibebankan kepada perusahaan dalam suatu periode, termasuk pajak.

Teori analisis laporan keuangan menyatakan bahwa rumus untuk menghitung laba kotor adalah penjualan dikurangi dengan harga pokok penjualan. Sedangkan cara untuk mengetahui nilai dari harga pokok penjualan itu sendiri adalah jumlah persediaan awal barang dagang ditambah dengan pembelian bersih, kemudian dikurangi oleh persediaan akhir barang dagangan. Pencapaian laba kotor suatu perusahaan dapat dikatakan baik apabila harga barang yang dijual lebih besar dari harga pokok penjualan.

Baik atau tidaknya perolehan laba kotor juga dapat dilihat dari volume penjualan. Secara logika apabila kuantitas penjualan meningkat, laba kotor yang

diperoleh pun ikut bertambah., Naik turunnya intensitas pembelian juga dapat memberikan kontribusi yang signifikan. Fakta di lapangan tidak selalu selaras dengan konsep dalam buku karena keadaan suatu perusahaan tidak selalu dalam kondisi yang cemerlang.

Hal yang sering dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan oleh suatu badan usaha adalah laba yang didapatkan oleh perusahaan. Laba menjadi tolak ukur suatu keberhasilan dalam menjual produk. Sebagian besar perusahaan berorientasi untuk mencari laba atau keuntungan sesuai dengan target. Semakin banyaknya laba yang diperoleh oleh suatu perusahaan, maka perusahaan mampu bertahan dalam kelangsungan hidup perusahaannya bahkan mampu bersaing dalam usahanya. Diperlukan manajemen yang baik agar dapat bersaing dan memperoleh laba yang maksimal, salah satunya dengan cara mengendalikan faktor yang mempengaruhi laba yaitu strategi penjualan, pendapatan dan biaya.

PT Prakarsa Mitra Solusindo menghadapi persaingan dengan perusahaan lainnya dalam perolehan laba dan terus berusaha dalam menjaga stabilitas penjualan produknya. Cara yang dapat ditempuh untuk menghasilkan laba semaksimal mungkin adalah dengan pemberian pelayanan yang baik kepada pengguna ataupun para dealer dan instaler dan menghasilkan produk yang berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan konsumen serta dapat bersaing di pasaran. Keberhasilan dalam usaha tergantung pada tawaran produk yang kompetitif di pasar dunia, bukan sekedar pasar lokal. Untuk mewujudkan hal tersebut dibutuhkan manajemen yang dapat merancang dan menerapkan strategi penjualan yang jitu dan dibutuhkan perusahaan setiap bulan atau setiap periode

tertentu. Dalam merencanakan strategi manajemen harus melalui tiga tahap yaitu perumusan strategi, penetapan strategi dan penilaian strategi. Strategi tersusun dan disetujui oleh semua pihak yang terkait selanjutnya yang dilakukan adalah pengaplikasian. Pengaplikasian strategi tersebut harus menghindari kesalahan-kesalahan yang akan berakibat bagi perusahaan dan dibutuhkan pengawasan.

Teraplikasinya strategi dengan baik maka laba perusahaan dapat meningkat setiap tahunnya. Peningkatan laba maka perusahaan dapat menutupi segala biaya-biaya yang dikeluarkannya. Kegiatan operasi perusahaan terjamin dapat berjalan dengan baik. Laba merupakan selisih antara pendapatan yang diperoleh perusahaan dengan beban usaha yang keluarkannya pada periode tertentu. Penganggarkan biaya yang akan dikeluarkan perusahaan dibutuhkan ketelitian dan kejujuran agar tidak terjadi kesalahan serta kecurangan dalam proses pencatatan.

Berpijak dari uraian diatas betapa pentingnya pencapaian laba pada perusahaan. Penulis meneliti masalah pencapaian laba yang terjadi pada PT Prakarsa Mitra Solusindo yang bergerak pada bidang pengadaan barang dan jasa security system intergration

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka peneliti bermaksud menyusun proposal skripsi dengan judul **“Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan dan Pembelian terhadap Pencapaian Laba”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah sistem informasi penjualan berpengaruh terhadap pencapaian laba pada PT Prakarsa Mitra Solusindo Makassar?
2. Apakah sistem informasi pembelian berpengaruh terhadap pencapaian laba pada PT Prakarsa Mitra Solusindo Makassar?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sistem informasi akuntansi penjualan terhadap pencapaian laba pada PT Prakarsa Mitra Solusindo Makassar.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sistem informasi pembelian terhadap pencapaian laba pada PT Prakarsa Mitra Solusindo Makassar.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Manajemen Perusahaan

Manajemen dapat memperoleh informasi yang lebih baik untuk menilai kinerja pencapaian laba sehingga dapat dipakai untuk membuat strategi penjualan baru.

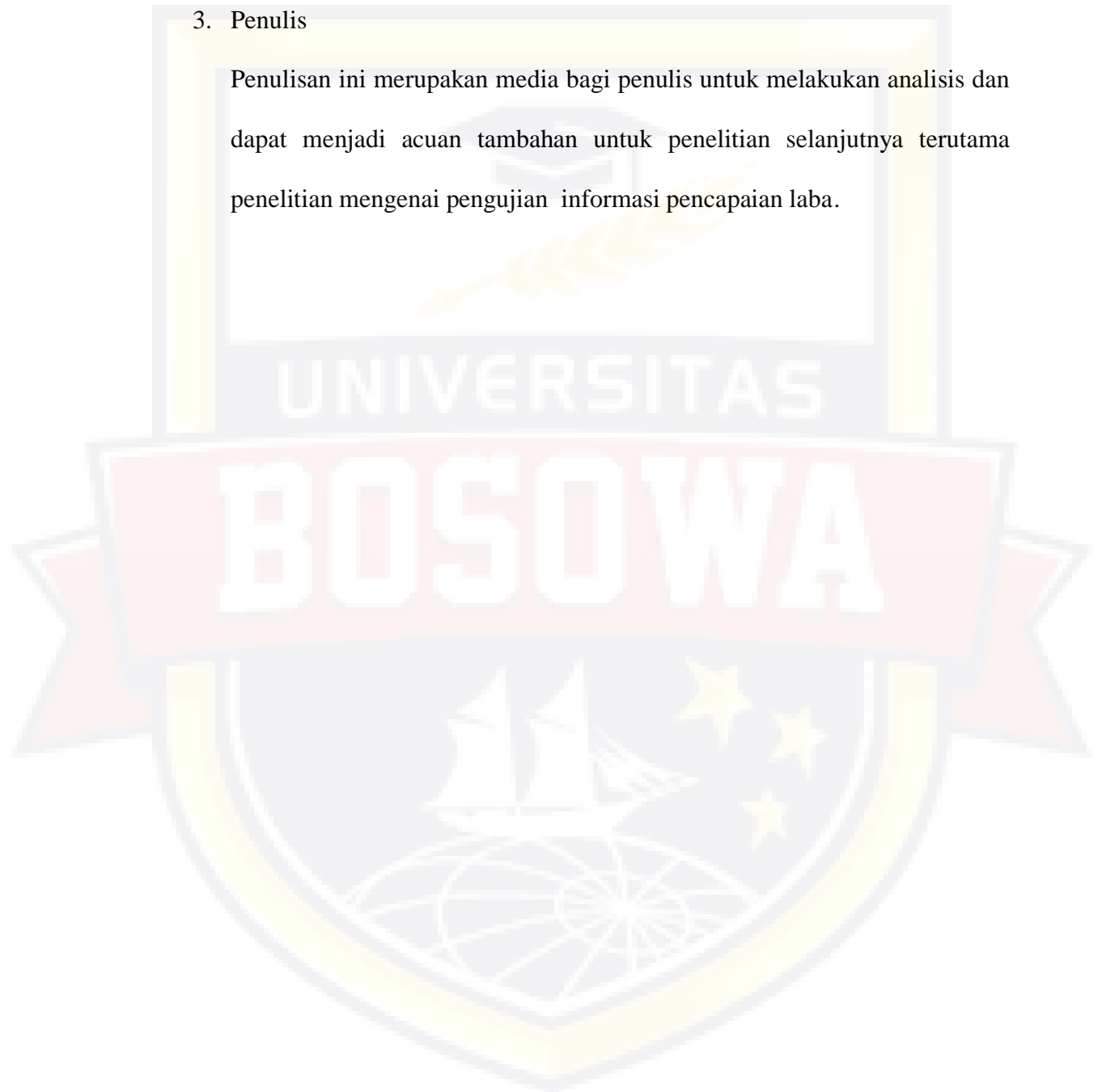
2. Sistem Informasi Akuntansi Penjualan dan Pembelian

Sistem informasi penjualan dapat memberikan acuan untuk membuat strategi penjualan baru untuk mencapai target pertahun atau periode yang

telah direncanakan. Sistem informasi pembelian dapat membantu pengambilan keputusan terhadap persediaan barang dagang.

3. Penulis

Penulisan ini merupakan media bagi penulis untuk melakukan analisis dan dapat menjadi acuan tambahan untuk penelitian selanjutnya terutama penelitian mengenai pengujian informasi pencapaian laba.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Sistem Informasi Akuntansi

Menurut Romney dan Steinbart (2015:3), Sistem adalah serangkaian dua atau lebih komponen yang saling terkait dan berinteraksi untuk mencapai tujuan. Sebagian besar sistem terdiri dari subsistem yang lebih kecil dan mendukung sistem yang lebih besar. Tiap subsistem didesain demi untuk mencapai satu atau lebih tujuan organisasi. Contohnya, sekolah tinggi adalah subsistem dari universitas.

Pengertian menurut Krismaji (2015:14), Informasi adalah data yang telah diorganisasi dan telah memiliki kegunaan dan manfaat.

Hal serupa disampaikan oleh Romney dan Steinbart (2015:4)

“Informasi (information) adalah data yang telah dikelola dan diproses untuk memberikan arti dan memperbaiki proses pengambilan keputusan, sebagaimana perannya pengguna membuat keputusan yang lebih baik sebagai kuantitas dan kualitas dari peningkatan informasi”.

Akuntansi adalah proses identifikasi, pengumpulan dan penyimpanan data serta proses pengembangan, pengukuran dan komunikasi informasi. Sering dikatakan bahwa akuntansi adalah bahasa dunia bisnis.

Definisi sistem informasi akuntansi menurut Mulyadi (2008:3) ialah

“Sistem informasi akuntansi adalah suatu bentuk sistem informasi yang memiliki tujuan untuk menyediakan informasi bagi pengelola kegiatan usaha, memperbaiki informasi yang dihasilkan oleh sistem yang sudah ada, memperbaiki pengendalian akuntansi dan juga pengecekan internal, serta membantu memperbaiki biaya klerikal dalam pemeliharaan catatan akuntansi”.

Pernyataan sistem informasi akuntansi Azhar Susanto (2013:72) ialah

“Sistem informasi akuntansi adalah Kumpulan dari subsistem atau komponen baik fisik dan non fisik yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya dan bekerja sama secara harmonis untuk mengolah data transaksi yang berkaitan dengan masalah keuangan menjadi informasi keuangan”.

Menurut Susanto (2008:72) sistem informasi akuntansi adalah

“Kumpulan (Integrasi) dari sub-sub sistem/komponen baik fisik maupun non fisik yang saling berhubungan dan bekerja sama satu sama lain secara harmonis untuk mengolah data transaksi yang berkaitan dengan masalah keuangan menjadi informasi keuangan”.

Sistem informasi akuntansi dapat menjadi sistem informasi utama organisasi dan menyediakan informasi bagi pengguna yang dibutuhkan untuk menjalankan pekerjaan. Ada enam komponen dari SIA, yaitu:

1. Orang yang menggunakan sistem.
2. Prosedur dan instruksi yang digunakan dalam mengumpulkan, memproses dan menyimpan data.
3. Data mengenai organisasi dan aktivitas bisnis.
4. Perangkat lunak yang digunakan untuk mengolah data.
5. Infrastruktur teknologi informasi, meliputi computer, perangkat peripheral dan perangkat jaringan komunikasi yang digunakan dalam sistem informasi akuntansi.
6. Pengendalian internal dan pengukuran keamanan yang digunakan untuk menyimpan data sistem informasi akuntansi.

Enam komponen tersebut memungkinkan sistem informasi akuntansi (SIA) untuk memenuhi tiga fungsi bisnis penting sebagai berikut :

1. Mengumpulkan dan menyimpan data mengenai aktivitas, sumber daya dan personel organisasi. Organisasi memiliki sejumlah proses bisnis, seperti melakukan penjualan atau pembelian barang dagang yang sering diulang.
2. Mengubah data menjadi informasi sehingga manajemen dapat merencanakan, mengeksekusi, mengendalikan dan mengevaluasi aktivitas, sumber daya dan personel.
3. Memberikan pengendalian yang memadai untuk mengamankan aset dan data organisasi.

Fungsi utama sistem informasi akuntansi menurut Susanto (2008:157) adalah

“Mendorong seoptimal mungkin agar akuntansi dapat menghasilkan berbagai informasi akuntansi yang berkualitas yaitu informasi yang tepat waktu, relevan, akurat, dan lengkap yang secara keseluruhan informasi akuntansi tersebut mengandung arti dan berguna”.

Aktivitas terkait sistem informasi akuntansi yang penting lainnya adalah mendesain sistem informasi dan meningkatakan proses bisnis. Sistem informasi akuntansi dapat memberikan bantuan dalam semua tahap pengambilan keputusan. Laporan dapat membantu untuk mengidentifikasi permasalahan potensial. Bahasa *query* dapat mengumpulkan data yang relevan untuk membantu pengambilan keputusan. Berbagai alat, seperti *interface* grafis dapat membantu pembuat keputusan dalam menginterpretasikan hasil model keputusan, mengevaluasinya dan memilih di antara program alternatif tindakan.

Pengembangan teknologi informasi dapat mempengaruhi strategi bisnis. Banyak keunggulan teknologi lain yang mempengaruhi strategi perusahaan dan memberikan kesempatan untuk memperoleh keunggulan kompetitif. Contohnya adalah analisis prediktif (*predictive analysis*). Analisis prediktif menyediakan

dugaan cerdas mengenai apa yang diharapkan untuk melihat dalam waktu dekat ini, memungkinkan perusahaan untuk membuat keputusan bisnis yang lebih baik dan meningkatkan proses bisnis mereka. Analisis prediktif merupakan cabang dari analisis lanjutan yang digunakan untuk membuat prediksi mengenai kejadian di masa depan.

Sistem informasi akuntansi (SIA) pada suatu organisasi memainkan peranan penting dalam membantu mengadopsi dan mengelola posisi strategis. Pencapaian paling layak antar aktivitas mengharuskan pengumpulan data setiap aktivitas. Hal ini penting bahwa sistem informasi mengumpulkan dan mengintegrasikan data keuangan dan non keuangan mengenai aktivitas organisasi.

Sebagian besar organisasi melakukan sejumlah aktivitas yang berbeda. Aktivitas bisnis dapat dikonseptualisasikan saat membentuk rantai nilai (*value chain*) yang terdiri atas lima aktivitas utama (*primary activities*) dan secara langsung memberikan nilai ke pelanggan.

1. *Logistik inbound* terdiri atas menerima, menyimpan dan mendistribusikan bahan baku yang digunakan organisasi untuk membuat jasa dan produk yang dijual.
2. Operasi adalah aktivitas yang mengubah input menjadi produk akhir atau jasa.
3. *Logistic outbound* adalah aktivitas yang mendistribusikan produk jadi atau jasa ke pelanggan.
4. Pemasaran dan penjualan adalah aktivitas yang membantu pelanggan dalam membeli barang atau jasa organisasi.

5. Pelayanan adalah aktivitas yang menyediakan dukungan purnajual kepada pelanggan .

Aktivitas pendukung (*support activities*) memungkinkan dilakukannya lima aktivitas utama secara efektif dan efisien. Aktivitas tersebut dikelompokkan dalam empat kategori sebagai berikut:

1. Infrastruktur perusahaan adalah aktivitas akuntansi, keuangan, hukum dan administrasi umum yang memungkinkan berfungsinya suatu organisasi. Sistem informasi akuntansi adalah bagian dari infrastruktur perusahaan.
2. Sumber daya manusia adalah aktivitas yang meliputi kegiatan merekrut, mempekerjakan, melatih dan memberikan kompensasi kepada karyawan.
3. Teknologi adalah aktivitas meningkatkan barang dan jasa.
4. Pembelian merupakan aktivitas melakukan pengadaan bahan baku, perlengkapan, mesin dan bangunan yang digunakan untuk melaksanakan aktivitas utama.

Menggunakan teknologi informasi untuk mendesain kembali sistem rantai nilai dalam menghasilkan manfaat yang luar biasa dan menghemat biaya. Rantai nilai (*value chain*) adalah sekumpulan aktivitas bisnis di mana setiap tahapan atau langkahnya akan menambah nilai atau pemanfaatan terhadap barang atau jasa yang diproduksi. Meningkatkan margin demi pencapaian laba adalah tujuan dari rantai nilai.

2.2 Penjualan dan Siklus Penjualan

2.2.1 Penjualan

Menurut Kusnadi (2000:19) yang menjelaskan bahwa Penjualan (sales) adalah sejumlah uang yang dibebankan kepada pembeli atas barang atau jasa yang dijual. Pengertian penjualan secara umum adalah kegiatan jual beli dijalankan oleh dua belah pihak atau lebih dengan alat pembayaran yang sah. Penjualan ini dapat dilakukan dengan berbagai metode seperti penjualan langsung serta agen penjualan. Tujuan utama penjualan adalah pencapaian laba dari produk atau barang yang dijual. Pelaksanaan penjualan tidak dapat dilakukan tanpa adanya kontribusi dari pelaku yang bekerja, seperti pedagang, agen, dan tenaga pemasaran. Setiap perusahaan terutama perusahaan besar selalu membuat perubahan dalam strategi penjualan mereka dengan tujuan memperoleh laba yang lebih besar.

Menurut Azhar Susanto dan La Midjan (2004:170) mengemukakan akibat penjualan sebagai berikut

“Akibat adanya penjualan dapat merubah posisi harta dan menyangkut timbulnya piutang jika penjualan secara kredit atau masuknya uang kontan jika penjualan secara kontan dan kuantitas barang yang berkurang di gudang karena penjualan”.

Maka dari itu perusahaan harus memiliki perencanaan terhadap penjualan, Perencanaan penjualan adalah suatu rencana terhadap penjualan dengan melihat hasil penjualan yang telah tercapai pada masa lalu dan dengan harapan penjualan lebih meningkat. Penyusunan rencana penjualan sangat membantu dalam mengawasi jalannya sistem yang telah diterapkan perusahaan sehingga dapat melihat hasil dan kendala yang telah dicapai selama periode ditetapkan.

Sistem penjualan merupakan sekelompok bagian yang saling berhubungan dan berfungsi secara bersama-sama sesuai tugas masing-masing untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Setiap perusahaan pasti memiliki sistem penjualan yang berbeda-beda tergantung jenis usahanya.

Dalam suatu perusahaan kegiatan penjualan adalah kegiatan yang penting karena dengan adanya kegiatan penjualan tersebut akan terbentuk laba yang dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Basu Swasta dan Irawan (2001:32) mengemukakan bahwa suatu perusahaan mempunyai tiga tujuan dalam penjualan yaitu:

- a. Mencapai volume penjualan tertentu.
- b. Mendapat laba maksimal dengan modal sekecil-kecilnya.
- c. Mempertahankan kelangsungan hidupnya terus-menerus
- d. Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Tujuan umum perusahaan dalam kegiatan penjualan adalah meningkatkan penjualan, mencapai laba maksimal dan berusaha meningkatkan serta menunjang pertumbuhan perusahaan.

Kemampuan perusahaan dalam menjual barang dan jasanya dapat dijadikan suatu tolak ukur penilaian keberhasilan perusahaan. Mencapai tujuan perusahaan tersebut harus ada kerja sama yang baik antar bagian-bagian di dalam perusahaan.

Suatu penjualan dapat dikatakan efektif dalam melaksanakan kegiatan penjualannya jika perusahaan tertentu memiliki karakter sebagai berikut:

- a. Adanya perkembangan penjualan dilihat dari volume penjualan yang terus meningkat.

- b. Transaksi penjualan dicatat sesuai dengan tanggal transaksi dan diarsipkan dengan nomor urut dan dapat segera direalisasikan menjadi pendapatan sesuai dengan waktu kredit.
- c. Kegiatan penjualan dimulai dari penerimaan pesanan penjualan sampai penyerahan barang. Dapat disesuaikan dengan pesanan dari pelanggan sehingga aktivitas perusahaan dapat berjalan dengan lancar dan efisien.
- d. Tercapainya kepuasan pelanggan atas produk yang telah dipesan.

Menurut Basu Swasta (2001:11) mengelompokkan jenis-jenis penjualan sebagai berikut:

1. *Trade selling*

Penjualan yang dapat terjadi bilamana produsen dan pedagang besar mempersilakan pengecer untuk berusaha memperbaiki distribusi produk mereka. Hal ini melibatkan para penyalur dengan kegiatan promosi, peragaan, persediaan dan produk baru.

2. *Missionary Selling*

Penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang – barang dari penyalur perusahaan.

3. *Technical Selling*

Berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasihat kepada pembeli akhir dari barang dan jasa.

4. *New Businies Selling*

Berusaha membuka transaksi baru dengan membuat calon pembeli seperti halnya yang dilakukan perusahaan asuransi.

5. *Responsive Selling*

Setiap tenaga kerja penjual dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli melalui *route driving and retailing*. Jenis penjualan ini tidak akan menciptakan penjualan yang besar, namun terjalinnya hubungan pelanggan yang baik yang menjurus pada pembelian ulang.

Berbagai transaksi penjualan dapat dikalkifikasikan menurut La Midjan dan Azhar Susanto (2000) dalam Adreas (2006:13) sebagai berikut:

1. Penjualan secara tunai yaitu penjualan yang bersifat cash an carry pada umumnya terjadi secara kontan. Dapat pula terjadi pembayaran selama satu bulan juga dianggap kontan.
2. Penjualan secara kredit yaitu penjualan dengan tenggang waktu rata-rata diatas satu bulan.

Aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh faktor tertentu yang dapat meningkatkan aktifitas perusahaan, oleh karena itu manager penjualan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan antara lain sebagai berikut:

1. Kondisi dan Kemampuan Penjualan

Transaksi jual-beli atau pemindahan hak milik secara komersil atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan dengan :

- a. Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan
- b. Harga produk

- c. Syarat penjualan seperti: pembayaran, pengharataran, pelayanan, sesudah penjualan, garansi dan sebagainya.

2. Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang sasaran dalam penjualan dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:

- a. Jenis pasar
- b. Kelompok pembeli atau segmen pasar
- c. Daya belinya
- d. Frekuensi pembeli
- e. Keinginan dan kebutuhan

3. Modal

Modal maksudnya akan lebih sulit bagi penjualan barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli, atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjualan. Dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dulu membawa barangnya ketempat pembeli. Kegiatan pengenalan produk diperlukan adanya sarana serta usaha seperti alat transportasi, tempat peragaan baik didalam perusahaan maupun diluar perusahaan, usaha promosi dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjualan memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk kegiatan tersebut.

4. Kondisi Organisasi Perusahaan

Perusahaan besar biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu atau ahli dibidang penjualan.

5. Faktor Lain

Faktor lain yang mempengaruhi penjualan seperti periklanan, peragaan, kampanye dan pemberian hadiah. Dalam pelaksanaan diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang bermodal kuat, kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Ada pengusaha yang berpegang pada suatu prinsip bahwa paling penting membuat kemasan baru dan promo-promo menarik tujuannya agar menarik minat pembeli.

2.2.2 Strategi Pemasaran

Sebuah perusahaan didirikan dan mempunyai tujuan utama yaitu mencapai tingkat pencapaian laba tertentu, pertumbuhan perusahaan atau peningkatan pangsa pasar. Pandangan konsep pemasaran, tujuan perusahaan ini dicapai melalui keputusan konsumen. Keputusan konsumen diperoleh setelah kebutuhan dan keinginan konsumen dipenuhi melalui kegiatan pemasaran.

Kotler (2002:15) mengemukakan bahwa

“Pemasaran mempunyai tujuan membangun hubungan jangka panjang yang saling memuaskan dengan pihak-pihak yang memiliki kepentingan utama pelanggan, pemasok, distributor dalam rangka mendapatkan serta mempertahankan referensi dan kelangsungan bisnis jangka panjang mereka.”

Tujuan pemasaran yang utama ialah memberi kepuasan kepada konsumen. Tujuan pemasaran bukan komersial atau mencari laba. Konsumen merasa puas maka masalah keuntungan akan datang dengan sendirinya. Produsen akan

memetik keuntungan secara terus menerus sebagai hasil dari memberi kepuasan kepada konsumennya.

Pemasaran menunjang perusahaan didasarkan pada konsep pemasaran untuk dapat menentukan strategi pemasaran yang mengarahkan kepada sasaran pasar yang sebenarnya. Pentingnya strategi pemasaran bagi suatu perusahaan timbul dari luar, ketidakmampuan perusahaan dalam mengontrol semua faktor yang dibatasi di luar lingkungan perusahaan. Perubahan-perubahan yang terjadi pada faktor-faktor tersebut tidak dapat diketahui sebelumnya secara pasti.

Fandy Tjiptono (2000:43), menyatakan bahwa Strategi pemasaran adalah rencana yang hendak diikuti oleh manajer pemasaran. Rencana tindakan ini didasarkan atas analisa situasi dan tujuan-tujuan perusahaan dan merupakan cara untuk pencapaian tujuan tersebut.

Strategi pemasaran yang maju dan berkembang senantiasa memperhatikan adanya unsur menarik perhatian segmen pasar atau pangsa pasar yang produktif dalam kegiatan pemasaran. Strategi pemasaran berupaya untuk menempatkan posisi pemasaran yang strategis dalam memperoleh keuntungan dan berupaya untuk mencapai target dari realisasi yang diterapkannya.

Strategi pemasaran sudah sangat kreatif dan beraneka ragam. Terlebih dengan adanya bantuan teknologi kini pemasaran menjadi mudah untuk dilakukan dan biayanya pun dapat diminimalisasi. Setiap perusahaan memiliki strategi pemasaran masing-masing. Biasanya mereka akan menyesuaikan dengan jenis kegiatan atau produk yang dimiliki.

Setiap perusahaan akan membuat strategi pemasaran berbeda-beda dengan produk yang efektif sehingga performa perusahaan meningkat. Berikut merupakan strategi pemasaran produk yang efektif yang dapat digunakan sebagai referensi untuk meningkat penjualan:

1. Memilih tempat strategi
2. Menggunakan social media
3. Memberikan contoh produk atau hadiah
4. Memberikan insentif atas testimony
5. Menjalin hubungan baik

2.2.3 Pengertian Siklus Penjualan

Menurut Bodnar (2010:11), siklus penjualan adalah suatu kejadian yang berkaitan dengan distribusi barang dan jasa kepada entitas lainnya dan dan mengumpulkan yang berkaitan dengan pembayaran. Ini meliputi *Inbound Logistic*, penjualan jasa dan marketing ditambah untuk mendukung keuangan dan akuntansi.

Menurut Romney dan Steinbart (2015:413), Siklus pendapatan (*revenue cycle*) adalah serangkaian aktivitas bisnis dan operasi pemrosesan informasi terkait yang terus-menerus dengan menyediakan barang dan jasa kepada pelanggan dan menerima kas sebagai pembayaran atas penjualan tersebut. Informasi dengan pelanggan termasuk pertukaran informasi eksternal yang paling utama dari siklus penjualan. Contoh siklus pengeluaran dan produksi menggunakan informasi mengenai transaksi penjualan untuk memulai pembelian atas persediaan tambahan untuk memenuhi permintaan. Siklus manajemen sumber

daya manusia menggunakan informasi mengenai penjualan untuk menghitung komisi penjualan dan bonus.

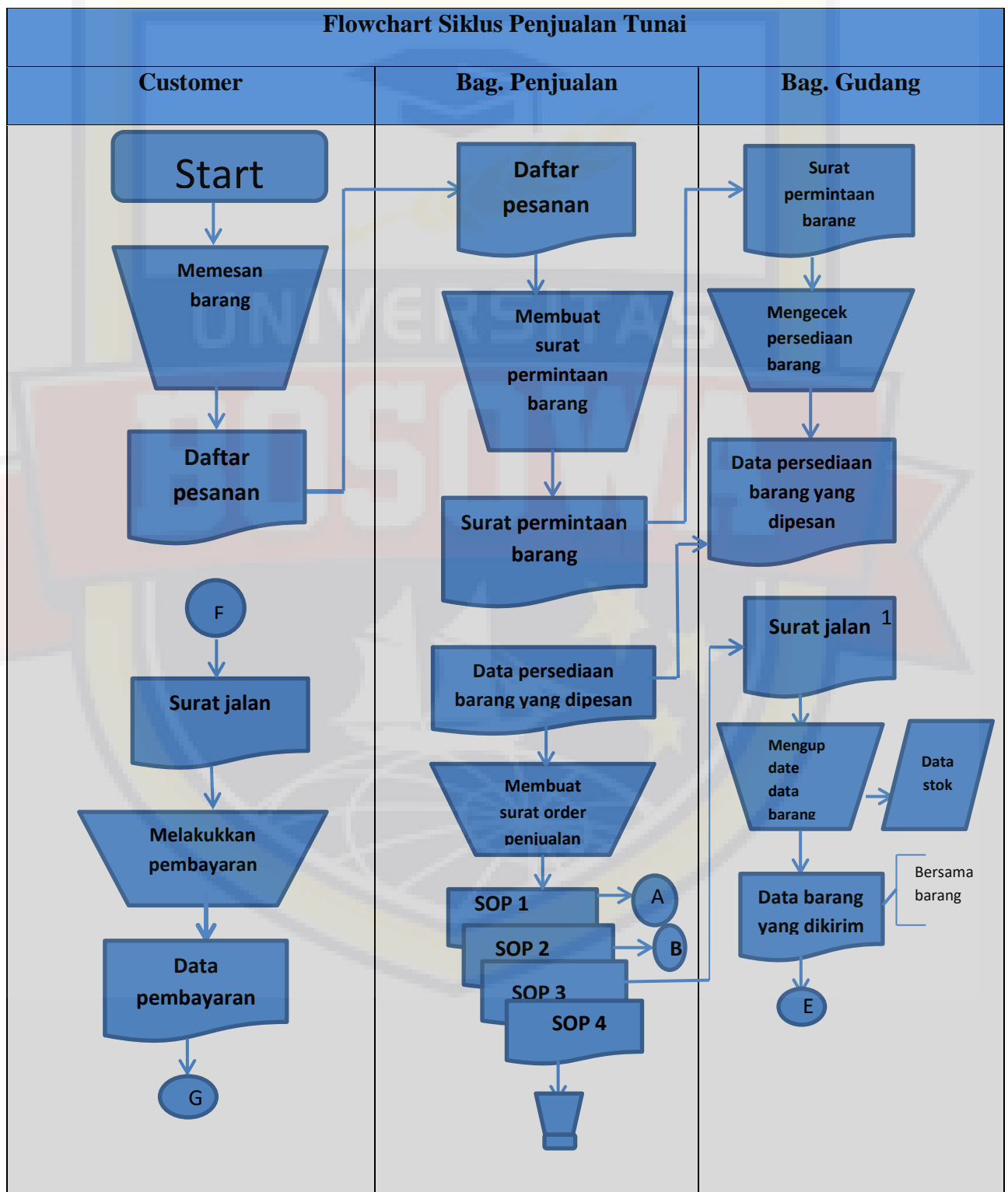
Menurut Romney (2005), ada tiga fungsi dasar sistem informasi akuntansi dalam siklus pendapatan, yaitu:

1. Mendapatkan dan memproses data mengenai berbagai aktivitas bisnis.
2. Menyimpan dan mengatur data tersebut mendukung pengambilan keputusan.
3. Memberikan pengawasan untuk memastikan keandalan data serta menjaga sumber daya perusahaan.

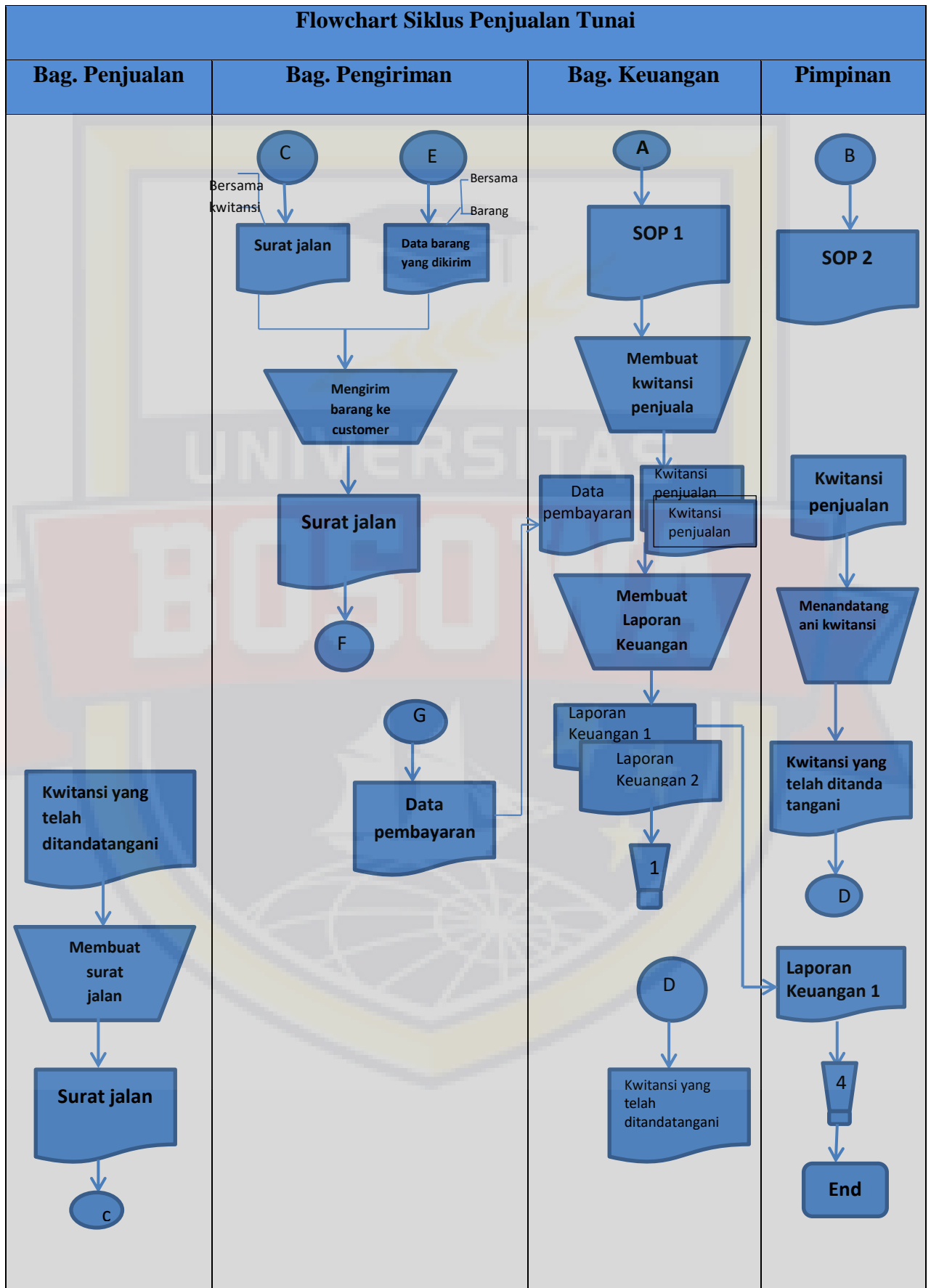
Tujuan utama siklus penjualan adalah menyediakan produk yang tepat di tempat transaksi dengan harga yang sesuai.

2.2.4 Jenis-Jenis Bagan Alir (Flowchart) Siklus Penjualan

Gambar 2.1
Siklus Penjualan Tunai



Sumber : Esrawati Naiggolan 2014



Adapun dokumen-dokumen yang digunakan dalam penjualan tunai adalah sebagai berikut :

1. Faktur Penjualan Tunai (FPT)

Faktur ini diisi oleh bagian order penjualan dalam rangkap 3, yaitu:

- a. Lembar 1 akan diberikan kepada pembeli sebagai pengantar untuk kepentingan pembayaran barang kepada kassa,
- b. Lembar 2 akan diserahkan kepada bagian pembungkus beserta barangnya sebagai perintah penyerahan barang ke pembeli yang telah membayar di kassa dan sekaligus sebagai slip pembungkus yang akan ditempel di pembungkus barang sebagai identitas barang, dan
- c. Lembar 3 yang akan diserahkan ke bagian order penjualan yang akan dijadikan sebagai arsip sementara berdasarkan nomor urutnya sebagai pengendali apabila terjadi kejanggalan transaksi penjualan.

2. Pita Register Kas

Dokumen yang dihasilkan oleh mesin register kas yang dioperasikan oleh bagian kassa setelah terjadi transaksi penerimaan uang dari pembeli sebagai pembayaran atas barang dan juga sebagai dokumen pendukung untuk meyakinkan bahwa faktur tersebut benar-benar telah dibayar dan dicatat dalam register kas.

Adapun yang menjadi fungsi-fungsi yang terkait dalam penjualan tunai adalah sebagai berikut :

1. Bagian Order Penjualan

Fungsi ini menerima order dari pembeli, mengisi faktur penjualan tunai, dan menyerahkan faktur tersebut kepada pembeli untuk kepentingan pembayaran kas di bagian kassa.

2. Bagian Kassa

Fungsi ini menerima pembayaran uang sebesar harga barang yang terdapat pada faktur.

3. Bagian Pembungkus

Fungsi ini membungkus barang dan memberikannya kepada pembeli ditukar dengan faktur yang telah dilunasi.

4. Bagian Akuntansi

Fungsi ini mencatat transaksi penjualan tunai pada catatan harian jurnal umum atau jurnal khusus penjualan, jurnal penerimaan kas dan kartu persediaan barang secara periodik serta membuat laporan penjualan sesuai dengan kebutuhan manajemen.

Prosedur atas transaksi penjualan tunai adalah sebagai berikut :

1. Prosedur Order Penjualan

Bagian order penjualan berperan dalam menerima order dari pembeli, mengisi faktur penjualan tunai sebanyak 3 lembar yang akan didistribusikan masing-masing satu kepada pembeli sebagai bukti pembayaran ke bagian kassa, dikirim ke bagian gudang dan untuk bagian order penjualan sebagai arsip dokumentasi yang akan disimpan menurut nomor urut faktur.

2. Prosedur Penerimaan Kas

Penerimaan kas dilakukan oleh bagian kassa bersamaan setelah menerima faktur penjualan tunai dari bagian order penjualan tunai dari pembeli sekaligus mengoperasikan mesin *cash register* sehingga menghasilkan bukti *cash register* yang akan ditempelkan pada faktur yang telah dibubuhkan cap lunas dan diserahkan kembali kepada pembeli untuk kepentingan pengambilan barang ke bagian pengiriman barang.

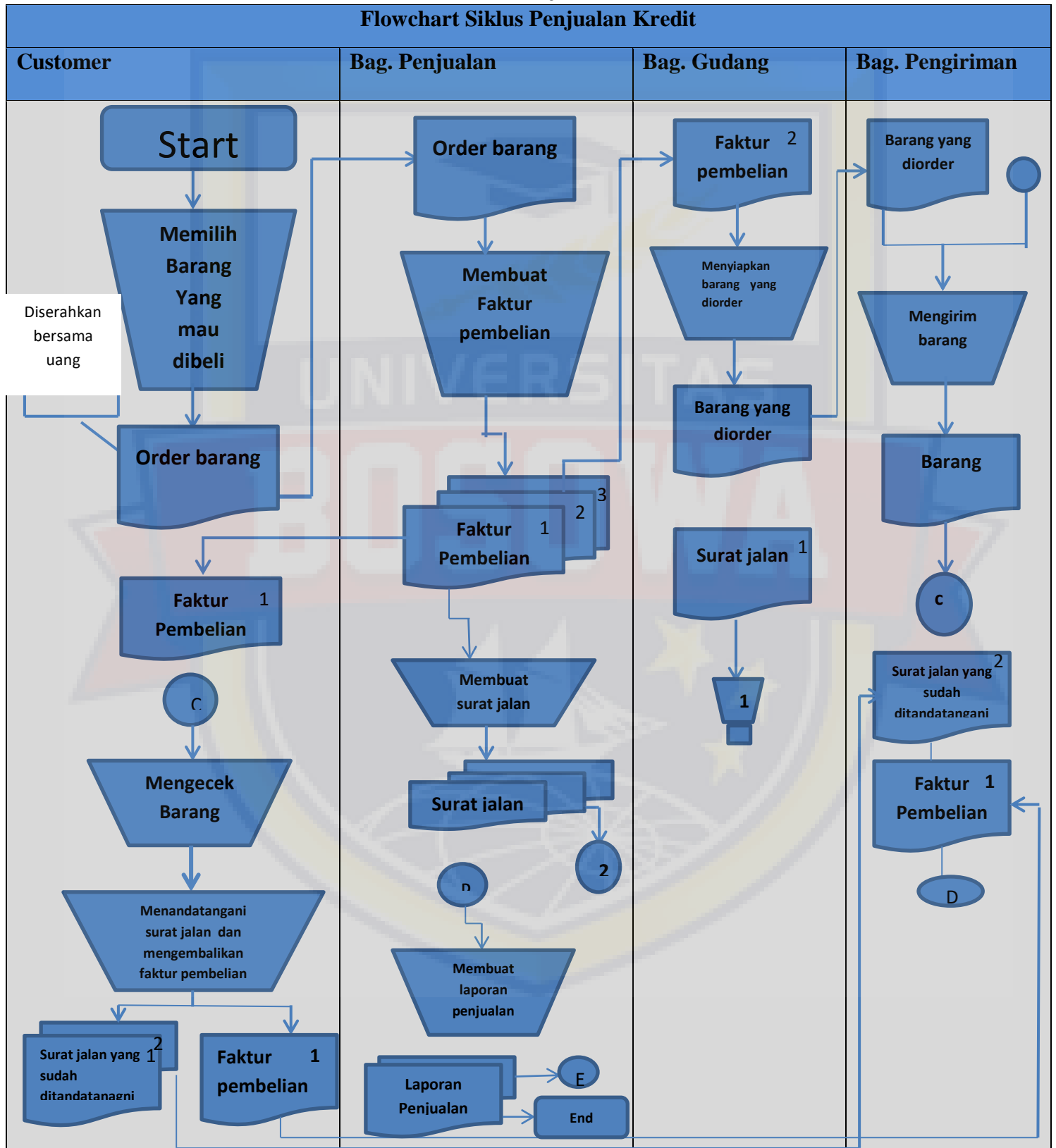
3. Prosedur Penyerahan Barang

Proses penyiapan barang ditangani oleh bagian gudang setelah menerima faktur penjualan tunai dari bagian order penjualan sesuai dengan kuantitas yang sebenarnya sekaligus pencatatannya kedalam kartu gudang yang akan diserahkan ke bagian pengiriman

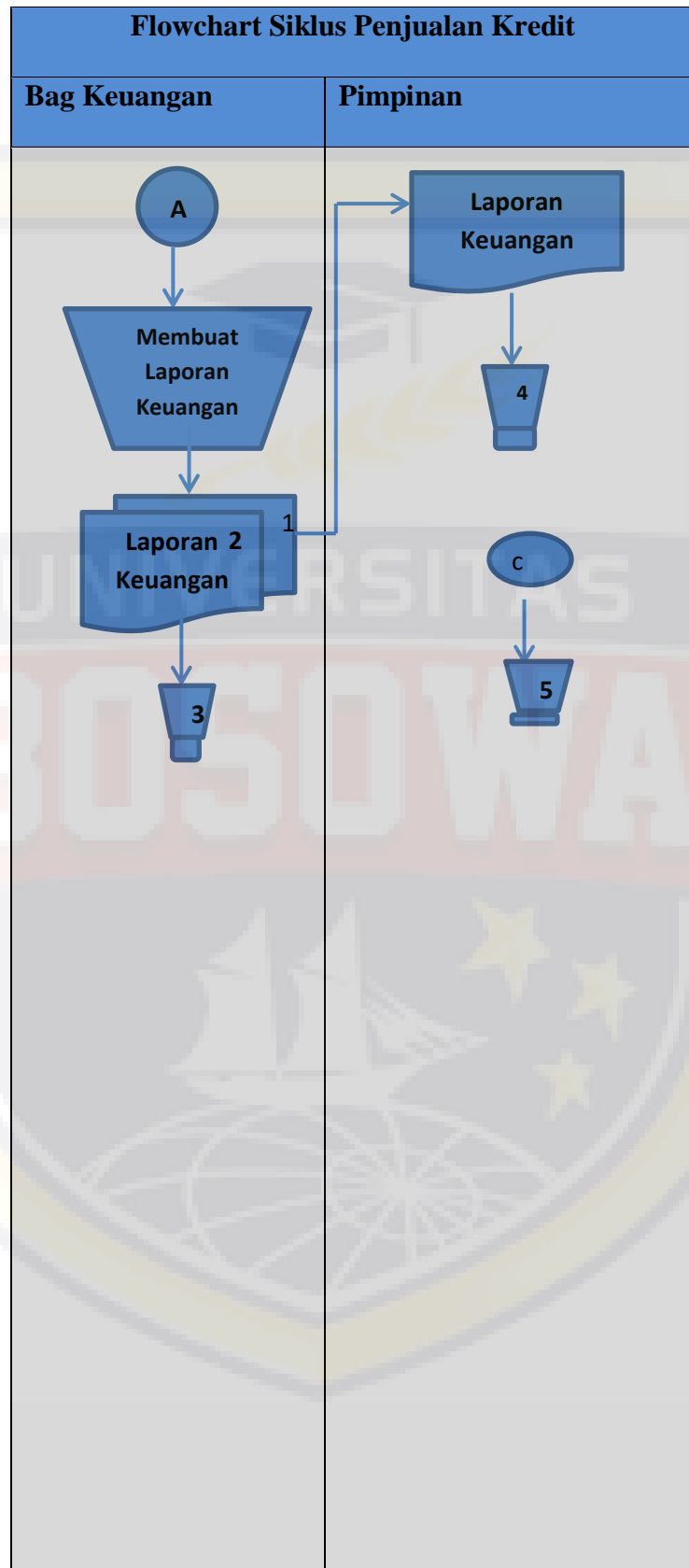
4. Prosedur Pencatatan Kas

Pencatatan kas ditangani oleh departemen akuntansi dalam jurnal penjualan dan penerimaan kas setelah menerima faktur penjualan tunai yang dilampiri oleh pita register kas dari bagian pengiriman barang.

Gambar 2.2
Siklus Penjualan Kredit



Sumber : Esrawati Naiggolan 2014



Sumber : Esrawati Naiggolan 2014

Dokumen yang digunakan dalam sistem penjualan Kredit adalah:

1. Surat Order Pengiriman dan Tembusannya

Dokumen ini merupakan lembar pertama surat order pengiriman yang memberikan otorisasi kepada fungsi pengiriman untuk mengirimkan jenis barang dengan jumlah dan spesifikasi seperti yang tertera dalam dokumen tersebut. Tembusan dokumen ini berupa :

a. Tembusan Kredit (*Credit Copy*)

Dokumen ini digunakan untuk memperoleh status kredit pelanggan untuk mendapatkan otorisasi penjualan kredit dari fungsi kredit.

b. Surat Pengakuan (*Acknowledgement Copy*)

Dokumen ini dikirimkan oleh fungsi penjualan kepada pelanggan untuk memberitahu bahwa ordernya telah diterima dan dalam proses pengiriman.

c. Surat Muat (*Bill of Lading*)

Dokumen ini digunakan sebagai bukti penyerahan barang dari perusahaan kepada perusahaan angkutan umum.

d. Slip Pembungkus (*Packing Slip*)

Dokumen ini ditempelkan pada pembungkus barang untuk memudahkan fungsi penerimaan di perusahaan pelanggan dalam mengidentifikasi barang-barang yang diterimanya.

e. Tembusan Gudang (*Warehouse Copy*)

Dokumen ini merupakan tembusan surat order pengiriman yang dikirim ke fungsi gudang untuk menyiapkan jenis barang dengan spesifikasi sesuai dengan yang tercantum didalamnya, agar menyerahkan barang tersebut ke

fungsi pengiriman, dan untuk mencatat barang yang dijual dalam kartu gudang.

f. Arsip Pengendalian Pengiriman (*Sales Order Follow-up Copy*)

Dokumen ini merupakan tembusan surat order pengiriman yang diarsipkan oleh fungsi penjualan menurut tanggal pengiriman yang dijanjikan. Fungsi penjualan telah menerima tembusan surat order pengiriman dari fungsi pengiriman yang merupakan bukti telah dilaksanakan pengiriman barang, arsip pengendalian pengiriman ini kemudian diambil dan dipindahkan ke arsip order pengiriman yang telah dipenuhi. Arsip pengendalian pengiriman ini merupakan sumber informasi untuk membuat laporan mengenai pesanan pelanggan yang belum dipenuhi.

g. Arsip Index Silang (*Cross-index File Copy*)

Merupakan tembusan surat order pengiriman yang diarsipkan secara alfabetik menurut nama pelanggan untuk memudahkan menjawab pertanyaan-pertanyaan dari pelanggan mengenai status pesannya.

2. Faktur Penjualan dan Tembusannya

Faktur penjualan merupakan dokumen yang digunakan sebagai dasar untuk mencatat timbulnya piutang. Faktur penjualan merupakan lembar pertama yang dikirim oleh fungsi penagihan kepada pelanggan. Tembusan dokumen ini berupa :

a. Tembusan Piutang (*Account Receivable Copy*)

Dokumen ini merupakan tembusan faktur penjualan yang dikirimkan oleh fungsi penagihan ke fungsi akuntansi sebagai dasar untuk mencatat piutang dalam kartu piutang.

b. ·Tembusan Jurnal Penjualan (*Sales Journal Copy*)

Dokumen ini merupakan tembusan yang dikirimkan oleh fungsi penagihan ke fungsi akuntansi sebagai dasar mencatat transaksi penjualan dalam jurnal penjualan.

c. Tembusan Analisis (*Analysis Copy*)

Dokumen ini merupakan tembusan yang dikirimkan oleh fungsi penagihan ke fungsi akuntansi sebagai dasar untuk menghitung harga pokok penjualan yang dicatat dalam kartu persediaan, untuk analisis penjualan, dan untuk perhitungan komisi wiraniaga.

d. Tembusan Wiraniaga (*Sales person Copy*)

Dokumen ini dikirimkan oleh fungsi penagihan kepada wiraniaga untuk memberitahu bahwa order dari pelanggan yang lewat ditangannya telah dipenuhi sehingga memungkinkannya untuk menghitung komisi penjualan yang menjadi haknya.

3. Rekapitulasi Harga Pokok Penjualan

Rekapitulasi harga pokok penjualan merupakan dokumen pendukung yang digunakan untuk menghitung total harga pokok produk yang dijual selama periode akuntansi tertentu. Data yang dicantumkan dalam dokumen ini berasal dari kartu persediaan. Secara periodik harga pokok produk yang dijual selama jangka waktu tertentu dihitung dalam rekapitulasi harga pokok penjualan dan kemudian dibuatkan dokumen sumber berupa bukti memorial untuk mencatat harga pokok produk yang dijual dalam periode akuntansi tertentu.

4. Bukti Memorial

Bukti memorial merupakan dokumen sumber untuk dasar pencatatan kedalam jurnal umum. Dalam sistem penjualan kredit, bukti memorial merupakan dokumen sumber untuk mencatat harga pokok produk yang dijual dalam periode akuntansi tertentu.

Fungsi yang terkait dengan penjualan kredit meliputi :

1. Bagian Penjualan

Menerima order pelanggan baik melalui surat maupun telepon yang mengidentifikasi jenis dan kuantitas barang yang diminta. Fungsi ini akan menambahkan informasi yang belum lengkap pada surat order (seperti keterangan barang yang dijual, nama dan alamat pelanggan, jumlah dan harga per unit, dan informasi keuangan lainnya seperti potongan harga, dan ongkos angkut.

2. Departemen Kredit

Bagian kredit menentukan batas kredit, kelayakan pemberian kredit pada pelanggan dan memberikan persetujuan kredit sehingga salinan order penjualan dapat didistribusikan ke departemen penagihan, pergudangan, dan pengiriman.

3. Gudang

Bagian gudang bertanggung jawab untuk menyimpan barang dan menyiapkan barang yang dipesan oleh pelanggan, menandatangani salinan surat perintah pengeluaran barang sebagai bukti pesanan sudah dikerjakan dengan benar serta menyerahkan barang ke departemen pengiriman. Bagian gudang perlu mencatat penyesuaian data persediaan

4. Departemen Pengiriman

Bagian pengiriman bertanggung jawab untuk mencocokkan barang dengan surat surat jalan untuk memastikan kebenaran pesanan. Petugas pengiriman menyerahkan barang, dokumen pengiriman, dan dua rangkap *Bill Of Lading* ke perusahaan jasa pengiriman, kemudian melakukan tugas-tugas sebagai berikut :

- a. Mencatat pengiriman pada buku harian pengiriman barang.
- b. Menyerahkan dokumen surat perintah pengeluaran barang dan surat jalan ke departemen penagihan sebagai bukti pengiriman sudah dilaksanakan.
- c. Menyimpan satu salinan untuk tiap-tiap dokumen pengiriman dan dokumen tagihan bongkar muat barang.

5. Departemen Penagihan

Bagian penagihan ini bertanggung jawab untuk membuat dan mengirimkan faktur penjualan kepada pelanggan setelah memperoleh informasi lengkap berkenaan pengiriman barang dari informasi yang terdapat pada surat perintah pengeluaran barang dan surat jalan, membuat jurnal penjualan, serta mengirimkan salinan buku besar dari order penjualan ke bagian piutang.

6. Departemen Akuntansi

Bagian piutang bertanggung jawab untuk memposting data salinan buku besar order penjualan ke buku besar pembantu piutang dan membuat serta mengirimkan pernyataan piutang kepada para debitur. Bagian buku besar meringkas buku rekening dari bagian piutang, membuat laporan penjualan serta mencatat harga pokok persediaan yang dijual ke dalam kartu persediaan.

Laporan Yang dihasilkan Dalam Penjualan Kredit merupakan hasil akhir proses akuntansi. Laporan berisi informasi yang merupakan keluaran sistem akuntansi.

2.2.5 Aktivitas Pada Siklus Penjualan

Proses entri pesanan penjualan mengharuskan tiga langkah:

a. Mengambil Pesanan Pelanggan.

Dokumen pesanan penjualan (*sales order*) biasanya sebuah formulir elektronik yang ditampilkan dalam sebuah layar monitor komputer. Kebanyakan perusahaan dagang lebih mengutamakan dokumen kertas (*purchase order*) dari konsumen dan telah dibubuhi dengan tanda tangan dan stempel outlet/dealer. Pemeriksaan mengungkapkan bahwa pesanan penjualan berisi informasi nomor barang, kuantitas, harga, dan syarat penjualan.

Proses mengambil pesanan pelanggan *Electronic data interchange* (EDI) penggunaan komunikasi terkomputerisasi dan skema pengodean standar untuk mengirimkan dokumen bisnis secara elektronik dalam sebuah format yang dapat secara otomatis diproses oleh sistem informasi penerima.

b. Mengecek dan Menyetujui Kredit Pelanggan.

Batas kredit (*credit limit*) adalah saldo rekening kredit maksimum yang diizinkan bagi setiap pelanggan, berdasarkan sejarah kredit masa lalu dan kemampuan untuk membayar. Laporan umur piutang (*accounts receivable aging report*) sebuah laporan yang mencantumkan saldo rekening pelanggan berdasarkan lamanya waktu yang beredar (*outstanding*).

c. Mengecek Ketersediaan Persediaan.

Selain mengecek kredit seorang pelanggan, tenaga penjualan juga perlu menentukan apakah persediaan cukup tersedia untuk mengisi pesanan sehingga para pelanggan dapat mengetahui tanggal pengiriman yang diharapkan.

Proses dokumen persediaan menunjukkan informasi yang biasanya tersedia untuk staf pesanan penjualan yaitu kuantitas yang telah terikat ke pelanggan lain dan kuantitas yang tersedia. Persediaan cukup tersedia untuk mengisi pesanan maka pesanan penjualan tersebut terpenuhi dan kolom kuantitas yang tersedia dalam file persediaan untuk tiap-tiap barang yang dipesan mengurangi jumlah yang dipesan.

Proses pemesanan kembali (*back order*) yaitu sebuah dokumen yang mengotorisasi pembelian atau produksi dari barang-barang yang dibuat ketika tidak ada persediaan yang mencukupi untuk memenuhi pesanan pelanggan. Kartu pengambilan (*picking ticket*) adalah sebuah dokumen yang mencantumkan barang dan kuantitas dari tiap-tiap barang yang dipesan dan mengotorisasi fungsi pengendalian persediaan untuk mengeluarkan barang tersebut ke departemen pengiriman.

d. Merespon Permintaan Pelanggan

Respon terhadap permintaan pelanggan dengan segera dan akurat sangat penting bagi kesuksesan jangka panjang sebuah perusahaan. Tujuannya adalah untuk mempertahankan pelanggan. Salah satu cara untuk mengawasi kinerja retensi (mempertahankan) pelanggan adalah dengan membuat sebuah laporan secara periodik bahwa usia para pelanggan berdasarkan

jumlah tahun mereka telah melakukan pembelian. Retensi memerlukan lebih dari sekedar memuaskan pelanggan, tetapi juga perlu menciptakan loyalitas.

Layanan pelanggan sangat penting sehingga banyak perusahaan menggunakan paket perangkat lunak khusus, disebut sistem manajemen hubungan pelanggan (*customer relationship management system*). Sistem *customer relationship management* (CRM) membantu organisasi menjelaskan informasi mengenai para pelanggan untuk memfasilitasi layanan yang lebih efisien dan lebih personal.

Banyak permintaan pelanggan secara rutin akibatnya perusahaan dapat dan harus menggunakan teknologi informasi untuk mengotomatiskan respons terhadap permintaan umum. Alat-alat media social lainnya seperti blog dan papan diskusi juga dapat digunakan untuk komunitas virtual yang mana para pelanggan dapat membagikan informasi dan saran-saran lain yang berguna satu sama lain. Situs juga memungkinkan pelanggan menggunakan kata sandi untuk secara langsung mengakses informasi rekening dan status pesanan.

Aktivitas dasar kedua dalam siklus penjualan adalah mengisi pesanan pelanggan dan mengirimkan barang yang diminta. Kartu pengambilan barang dibuat oleh proses entri pesanan penjualan akan memicu proses pengambilan dan pengepakan. Para pekerja gudang menggunakan kartu pengambilan untuk mengidentifikasi produk dan kuantitas dari setiap produk untuk mengeluarkannya dari persediaan. Kebanyakan perusahaan telah membuat investasi signifikan dalam sistem gudang otomatis yang

terdiri atas computer, pemindai kode batang, sabuk konveyor, dan teknologi komunikasi. Sistem gudang otomatis tidak hanya memangkas biaya dan meningkatkan efisiensi dalam penanganan persediaan, tetapi juga memungkinkan lebih banyak pengiriman responsive pelanggan.

Petugas pengiriman menghitung barang yang dikirim dari gudang, nomor pesanan penjualan, nomor barang dan kuantitas dimasukkan menggunakan terminal online. Proses ini memperbarui kolom kuantitas di tangan dalam file induk persediaan. *Bill of landing* adalah sebuah kontrak hukum yang menjelaskan tanggung jawab atas barang dalam transit. Salinan bill of landing ini dapat berfungsi sebagai pengiriman tagihan (*Freight bill*) untuk mengindikasikan bahwa jumlah yang pelanggan harus bayar ke kurir. Pengiriman tagihan adalah dokumen yang terpisah.

Aktivitas dasar ketiga siklus penjualan melibatkan penangihan para pelanggan. Dokumen dasar yang dibuat dalam proses penangihan adalah faktur penjualan yang memberitahu pelanggan mengenai jumlah yang harus dibayar dan kemana harus mengirimkan pembayaran. Faktur tersebut mengindikasikan kuantitas setiap barang yang dijual dan harga yang dibebankan barang tersebut, tetapi harga tersebut biasanya ditetapkan pada waktu pemesanan dan kuantitas actual yang dijual diketahui pada waktu barang dikirim. Fungsi bagian piutang, yang melaporkan kepada kontrolir, menjalankan dua tugas utama yaitu menggunakan informasi dalam faktur penjualan untuk mendebitkan rekening pelanggan dan mengkredit rekening tersebut ketika pembayaran diterima.

Langkah terakhir dalam siklus penjualan adalah penerimaan dan proses pembayaran dari para pelanggan. Dengan *electronic funds transfer* (EFT-transfer dana elektronik) pelanggan dapat mengirimkan kiriman uangnya secara elektronik ke bank perusahaan dan dengan demikian mengeliminasi penundaan yang terkait dengan waktu pembayaran didalam sistem surat. *Electronic funds transfer* (EFT) hanya melibatkan transfer dana dan untuk mengkredit rekening pelanggan secara benar perusahaan juga perlu dana tambahan untuk tiap-tiap pengiriman uang.

Semua aktivitas pembelian butuh pengendalin internal salah satunya yaitu pentingnya verifikasi dari semua pihak yang terkait. Seluruh staff harus mengerti sistem pada perusahaan tersebut.

2.3 Pembelian dan Siklus Pembelian

2.3.1 Pengertian Pembelian

Soemarsono S.R menyatakan dalam bukunya yang berjudul Akuntansi Suatu Pengantar (2009:208) bahwa Pembelian adalah (*purchasing*) akun yang digunakan untuk mencatat semua pembelian barang dagang dalam suatu periode.

Menurut Aliminsyah (2003:450), Pembelian adalah

“Harga pembelian (harga pokok) barang dagang yang diperoleh perusahaan selama periode tertentu, untuk menghitung harga pokok penjualan, nilai pembelian yang dipergunakan adalah pembelian bersih (*net purchases*) yang dihitung sebagai: pembelian barang dagang transport pembelian dikurangi pembelian return dan potongan pembelian”.

Pembelian didefinisikan sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan atas barang atau jasa yang diperlukan oleh perusahaan dan dapat diterima tepat pada waktunya dengan mutu yang sesuai serta harga yang menguntungkan.

- a. Aktivitas pemesanan sangat tergantung pada kualitas barang yang masih ada, rata-rata tingkat pemakaiannya dan jangka waktu pemesanan.
- b. Jumlah yang dipesan ditetapkan secara matematis dan juga menurut kebijaksanaan untuk mendapatkan kuantitas pesanan-pesanan ekonomis.
- c. Menetapkan pilihan rekanan mesti dikaitkan pada harga, syarat pembayaran, kualitas keandalan lokasi saat penyerahan yang dijanjikan.

Menurut sifat Manulang pembelian Dibagi dalam tiga macam pembelian,

yaitu:

- a. *Hand To Mouth Buying* (Pembelian yang Teratur)

Pembelian yang didasarkan atas besarnya kebutuhan sekarang.

Maksudnya adalah untuk mencegah kerugian atau keburukan yang diakibatkan oleh adanya persediaan bahan yang berlebih di gudang dan penggunaan modal dapat digunakan dengan sebaik-baiknya.

- b. *Speculative Purchasing* (Pembelian Spekulatif)

Pembelian yang tidak mendesak dalam proses produksi, tetapi pembelian dengan untuk mendapatkan keuntungan akan naiknya harga bahan pada waktu yang akan datang.

- c. *Forward Buying* (Pembelian Sebelumnya)

Pembelian untuk memenuhi tersedianya bahan mentah secara continue agar perusahaan tidak sampai terganggu aktivitasnya karena tidak tersedianya bahan baku pada waktunya.

Menurut Oram (2005:145) dalam Buku Sistem Informasi Akuntansi 1

“Pembelian pada perusahaan dagang kegiatan pembelian meliputi pembelian aktiva produksi, pembelian barang dagangan serta pembelian

barang dan jasa lain dalam rangka kegiatan usaha dan terdiri dari dua jenis yaitu pembelian kredit dan pembelian tunai”.

Ada bermacam-macam jenis pembelian. Dalam buku yang berjudul Sistem Informasi Akuntansi yang ditulis oleh La Midjan dan Azhar Susanto, pembelian terbagi menjadi sembilan macam, yaitu:

1. Pembelian secara tunai yaitu pembelian barang yang dilakukan dengan cash.
2. Pembelian secara kredit yaitu pembelian yang dapat dilunasi dalam jangka waktu tertentu. Biasanya pelunasan dilakukan dengan cara mengangsur dengan jumlah tertentu sesuai kesepakatan.
3. Pembelian melalui tender yaitu pembelian yang dilakukan dengan jumlah cukup besar.
4. Pembelian impor yaitu barang yang hendak dibeli hanya tersedia atau dijual di luar negeri sehingga mengharuskan perusahaan melakukan prosedur impor.
5. Pembelian di pasar berjangka yaitu pembelian yang hanya dapat dilakukan di pasar berjangka (bursa). Transaksi yang dilakukan di pasar berjangka terjadi secara transparan karena spesifikasi produk telah diketahui.
6. Pembelian dengan cara komisi yaitu pembelian barang melalui jasa seorang agen. Harga barang yang dibeli telah dihitung beserta upah atas jasa yang dilakukan agen tersebut.
7. Pembelian leasing yaitu pembelian untuk pengadaan barang dengan cara sewa – guna – usaha (*leasing*) dengan hak opsi yang lebih sering disebut sebagai *financial lease* atau tanpa hak opsi (*operating lease*)

selama jangka waktu tertentu. Biasanya pembelian leasing dilakukan untuk aktiva atau barang untuk permodalan.

8. Pembelian kontrak yaitu pembelian dengan kontrak sederhana antara kedua belah pihak yang telah bersepakat atas jual beli suatu barang. Kontrak tersebut hanya memuat kebutuhan – kebutuhan antara kedua belah pihak saja. Kontrak ini lebih dikenal dengan istilah kontrak serah karena terjadi di luar bursa (*over the counter*).
9. Pembelian melalui perantara yaitu pembelian yang menggunakan jasa perantara atau pihak ketiga (makelar).

2.3.2 Persediaan Barang Dagang

Persediaan barang dagang adalah aset perusahaan yang dibeli dan disimpan untuk dijual kembali dan mendapatkan keuntungan. Persediaan barang dagang (*inventory*) bisa dikatakan sebagai aset yang menganggur atau aset yang menunggu untuk dikeluarkan (dijual). Persediaan barang dagang adalah salah satu aset yang termasuk aktiva lancar.

Persediaan barang dagang dimiliki oleh perusahaan dagang dimana perusahaan hanya membeli dan menjualnya kembali tanpa mengubah bentuk fisik barangnya. Berikut ini terdapat beberapa cara yang dilakukan perusahaan dagang untuk mengatur dan mempersiapkan persediaan barang dagang sebagai berikut :

- a. *Lot Size Inventory (Bath Stock)*

Lot size inventory adalah pengadaan persediaan barang dagang dalam jumlah besar melebihi perkiraan kebutuhan yang ada pada saat ini. Hal ini dilakukan untuk memanfaatkan potongan harga dan ongkos pengiriman persediaan barang dagang. Biasanya *supplier* memberikan potongan harga dan

ongkos pengiriman per unit menjadi lebih murah apabila pembelian barang dilakukan dalam jumlah yang besar.

b. *Fluctuation Stock* (Stok Fluktuasi)

Fuctuation stock adalah pembelian persediaan barang untuk menghadapi kemungkinan terjadi fluktuasi permintaan dari pelanggan yang sulit diperkirakan. Pengadaan ini lebih bersifat berjaga-jaga terhadap permintaan konsumen yang tiba tiba melonjak secara drastis dan tidak diprediksi sebelumnya. Permintaan meningkat tapi, stok persediaan tidak mencukupi, maka itu adalah kerugian bagi perusahaan.

c. *Anticipation Stock* (Persediaan Antisipasi)

Anticipation stock adalah pembelian persediaan barang untuk menghadapi lonjakan permintaan dari konsumen yang bisa diramalkan atau telah diperkirakan. Biasanya pedagang menggunakan perkiraan dari pola konsumsi masyarakat sepanjang tahun yang umum terjadi. Contoh sebulan atau dua bulan sebelum hari raya idul fitri, pedagang pakaian umumnya telah membeli persediaan dalam jumlah besar karena sudah bisa diprediksi bahwa mendekati lebaran permintaan pakaian akan melonjak secara drastis. Pedagang akan menyetok pakaian untuk berjaga jaga agar tidak kekurangan barang.

d. Persediaan Konsinyasi

Barang konsinyasi adalah persediaan yang ditempatkan atau dititipkan ditempat lain untuk dijual. Bisa ditempatkan di tempat agen, cabang, atau mitra usaha. Dalam bahasa yang lebih singkat, yaitu titip barang untuk dijualkan. Konsinyasi adalah salah satu strategi penjualan yang banyak dilakukan dan

tempat yang dititipi barang akan mendapatkan komisi apabila barang tersebut laku terjual.

Metode pencatatan akuntansi persediaan barang dagang ini terdapat dua metode. Berikut metodenya adalah:

a. Metode Fisik

Metode pencatatan fisik mengharuskan perhitungan barang secara fisik digudang untuk mengetahui jumlah persediaan barang. Sebuah transaksi yang berhubungan dengan persediaan, persediaan tidak langsung dicatat/dijurnal. Hanya transaksinya yang dijurnal. Misalnya, transaksi pembelian atau penjualan, maka yang dicatat adalah transaksi pembelian atau penjualan tersebut. Jumlah persediaan digudang bertambah atau berkurang, pos persediaan tidak perlu dicatat.

b. Metode Perpetual

Metode pencatatan persediaan perpetual adalah metode yang mencatat/menjurnal persediaan barang dagang apabila terdapat transaksi yang berhubungan dengan persediaan. Terdapat transaksi yang menyebabkan jumlah persediaan berubah maka rekening persediaan juga akan turut dicatat.

2.3.3 Siklus Pembelian

Sistem informasi yang digunakan untuk mendukung aktivitas siklus pengeluaran dapat menciptakan masalah keuangan yang signifikan bagi sebuah perusahaan. Informasi terkait dan akurat mengenai persediaan, pemasok, dan status pesanan pembelian sangat penting dalam mengelola siklus pembelian secara efektif. Sistem pengeluaran adalah serangkaian aktivitas bisnis dan operasi

pemrosesan informasi terkait yang harus terus-menerus berhubungan dengan pembelian serta pembayaran barang dan jasa.

Dalam siklus pengeluaran pertukaran informasi eksternal utama dengan pemasoknya. Informasi mengenai kebutuhan untuk membeli barang dan bahan baku mengalir ke siklus pengeluaran dari siklus pendapatan dan produksi, pengendalian persediaan, dan berbagai departemen. Pemberitahuan kegiatan penerimaan barang dan bahan baku mengalir kembali ke sumber-sumber dari siklus pengeluaran. Data biaya juga mengalir dari siklus pengeluaran ke buku besar umum dan fungsi pelaporan untuk dimasukkan dalam laporan keuangan dan berbagai laporan manajemen.

2.3.4 Tujuan Siklus Pengeluaran

Menurut Wilkinson (2000 : 469), tujuan siklus pengeluaran kas (pembelian) yaitu :

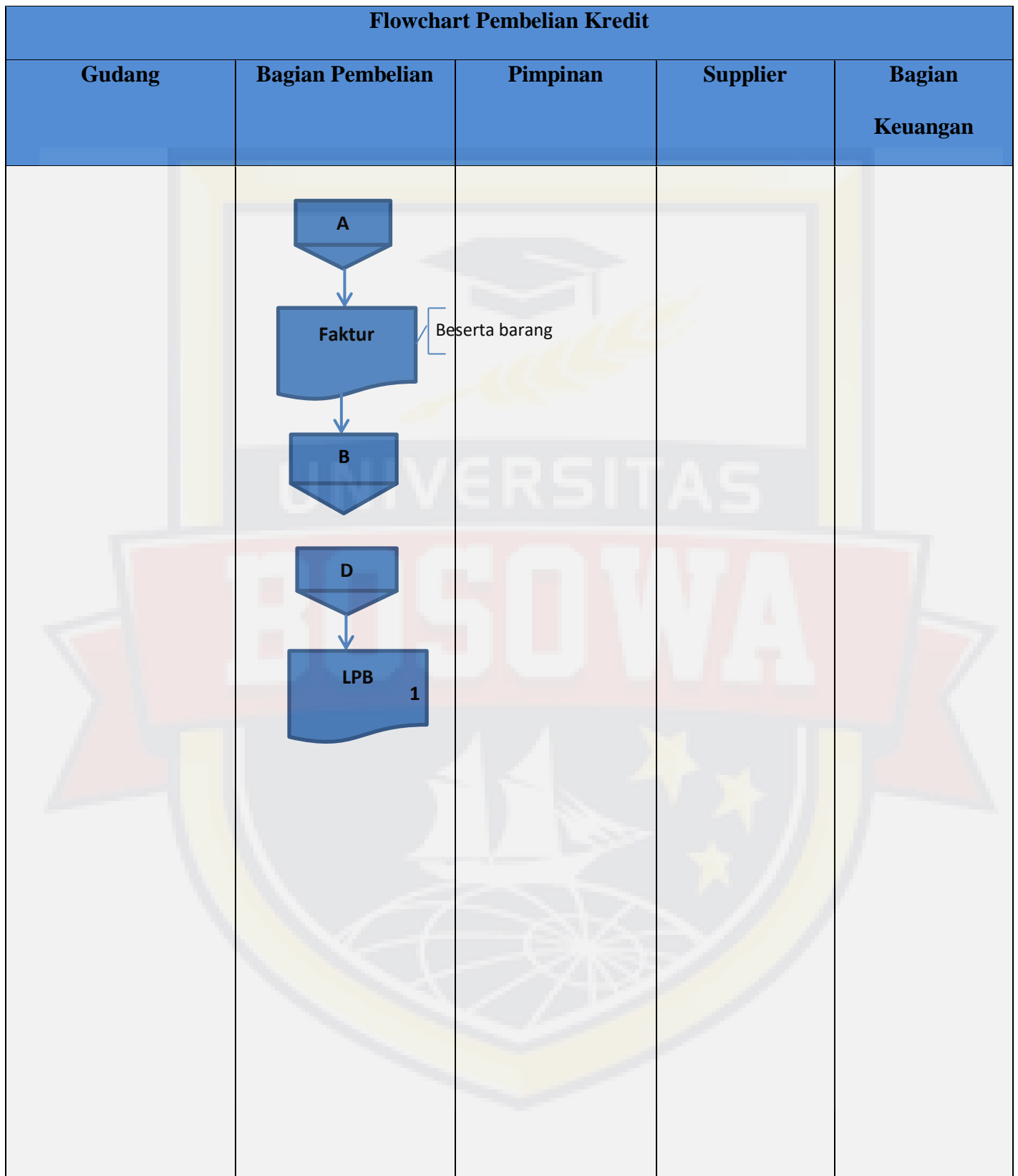
1. Menjamin bahwa barang dan jasa dipesan sesuai dengan kebutuhan.
2. Menerima barang yang dipesan dan memeriksa kondisi barang tersebut.
3. Menyimpan dan mengamankan barang sampai barang tersebut dibutuhkan
4. Menentukan bahwa faktur atas barang dan jasa adalah benar.
5. Mencatat dan mengklasifikasikan pengeluaran dengan tepat dan akurat.
6. Posting atas kewajiban dan pengeluaran kas kepada akun pemasok yang tepat pada akun utang usaha dalam buku besar.
7. Menjamin bahwa semua pengeluaran kas berkaitan dengan pembelian telah diotorisasi.
8. Mencatat dan mengklasifikasikan pengeluaran kas dengan tepat dan akurat.

2.3.5 Jenis-Jenis Bagan Alir (Flowchart) Siklus Pembelian

Gambar 2.3
Siklus Pembelian Kredit



Sumber : Omega Twins 2012



Sumber : Omega Twins 2012

Prosedur pembelian kredit perusahaan ke supplier sebagai berikut :

1. Bagian gudang yang biasanya membutuhkan barang membuat SPP (Surat Permintaan Pembelian) rangkap 2. Lembar 1 dikirim ke bagian pembelian dan lembar 2 disimpan oleh bagian gudang sebagai arsip.
2. Bagian pembelian menerima surat permintaan pembelian (SPP) lembar 1 dari bagian gudang. Berdasarkan SPP lembar 1 maka Bagian Pembelian membuat surat permintaan penawaran harga (SPPH).
3. Surat permintaan penawaran harga tersebut dikirimkan ke supplier dan supplier membuat surat penawaran harga (SPH) dan dikirim ke bagian pembelian. Berdasarkan surat penawaran harga tersebut, bagian pembelian membuat surat daftar pembelian (SDP) dikirim ke Pimpinan untuk mendapat persetujuan.
4. Pimpinan menyetujui surat daftar pembelian maka surat daftar pembelian (SDP) yang telah disetujui dikirimkan kembali ke bagian pembelian.
5. Berdasarkan surat daftar pembelian yang sudah disetujui, bagian pembelian membuat surat order pembelian (SOP) rangkap 4. Lembar 1 dikirim kepada supplier, lembar 2 dikirim ke bagian keuangan, lembar 3 dikirim ke bagian gudang dan lembar 4 disimpan sebagai arsip.
6. Supplier menerima surat order pembelian lembar pertama dari bagian pembelian. Supplier membuat faktur rangkap 2. Lembar 1 dikirim beserta barang pesanan ke bagian pembelian. Lembar 2 disimpan sebagai arsip.
7. Bagian pembelian menerima faktur beserta barang pesanan dari Supplier. Barang dikirim ke bagian gudang.

8. Bagian gudang menerima barang dan mencatat barang masuk berdasarkan surat order pembelian lembar 3 dan membuat laporan penerimaan barang (LPB) rangkap 3. Lembar 1 dikirimkan ke bagian pembelian, lembar 2 dikirim ke bagian keuangan dan lembar 3 disimpan sebagai arsip.
9. Bagian keuangan menerima surat order pembelian lembar 2 dan laporan penerimaan barang lembar 2 dari bagian gudang.
10. Berdasarkan surat order pembelian lembar 2, faktur dan laporan penerimaan barang lembar 2, bagian Keuangan membuat laporan pembelian kredit (LPK) rangkap 2. Lembar pertama diserahkan ke pimpinan dan lembar kedua disimpan sebagai arsip.

2.3.6 Aktivitas Pada Siklus Pembelian

Perusahaan menjalankan empat aktivitas siklus pengeluaran dasar, sebagai berikut:

1. Memesan Persediaan Barang Dagang

Pendekatan tradisional untuk mengelola persediaan adalah menjaga stok cukup sehingga aktivitas penjualan dapat berlangsung tanpa gangguan bahkan pemasok terlambat dalam pengiriman, pendekatan tradisional biasanya disebut pendekatan *economic order quantit*. Perencanaan kebutuhan majerial berupaya untuk mengurangi tingkat persediaan yang dibutuhkan dengan meningkatkan akurat (ketepatan) teknik perkiraan untuk menjadwalkan pembelian dengan lebih baik guna memenuhi kebutuhan persediaan barang dagang.

Sistem persediaan *just in time (JIT inventory system)* berupaya untuk meminimalkan, tetapi tidak mengeliminasi secara total, persediaan barang dengan membeli dan menjual kembali dengan waktu singkat hanya sebagai respons terhadap penjualan actual, bukannya yang diperkirakan. Sistem JIT ditandai dengan pengiriman yang sering atas jumlah kecil dan perlengkapan secara langsung ke lokasi tertentu yang memerlukannya saat diperlukan, bukannya pengiriman dalam jumlah besar dan tidak dijadikan sebagai persediaan. Sistem *material requirement planning (MRP)* lebih efektif digunakan dengan produk yang memiliki pola permintaan yang tidak dapat diprediksi seperti produk yang memiliki nilai permintaan tinggi. Untuk barang seperti itu, perusahaan dapat merencanakan pembelian untuk meminimalkan kehabisan stok sementara secara bersamaan meminimalkan resiko kelebihan stok dan biaya yang mengikuti dari menurunkan persediaan yang berlebih. Sebaliknya sistem persediaan *just in time* berguna bagi produk yang relative memiliki siklus hidup yang pendek dan permintaannya tidak dapat diprediksi dengan akurat seperti produk baru dan belum banyak dikenal oleh konsumen.

Sebuah permintaan untuk membeli barang dipicu baik oleh fungsi pengendalian maupun ketika pegawai memberitahukan kekurangan persediaan.

2. Menerima Pesanan Barang Dagang

Ketika pengiriman tiba, seorang petugas penerimaan membandingkan nomor pesanan pembelian yang direferensikan pada slip pengepakan

pemasok dengan pesanan pembelian terbuka untuk memverifikasi bahwa barang dipesan. Petugas penerimaan kemudian menghitung kuantitas atas barang yang dikirimkan. Petugas penerimaan harus memeriksa setiap barang yang diterima sebelum masuk ke gudang.

Laporan penerimaan mendokumentasikan detail-detail mengenai setiap pengiriman, termasuk tanggal diterima, pengirim, pemasok, dan nomor pesanan pembelian. Laporan penerimaan juga berisi ruang untuk mengidentifikasi orang yang menerima dan menginspeksi barang serta untuk penjelasan mengenai kualitas barang yang diterima. Dalam kasus barang rusak atau berkualitas buruk, sebuah dokumen yang disebut memo debit disiapkan setelah pemasok setuju mengambil kembali barang.

3. Menyetujui Faktur Pemasok

Departemen bagian utang menyetujui faktur pemasok untuk pembayaran. Sebuah kewajiban hukum untuk membayar pemasok timbul pada saat barang diterima. Faktur diterima departemen bagian utang bertanggung jawab untuk mencocokkannya dengan pesanan pembelian dan laporan penerimaan yang berkaitan. Proses pencocokan tiga cara tradisional yaitu faktur pemasok, laporan penerimaan, dan pesanan pembelian.

Kombinasi faktur pemasok dan dokumen pendukung yang terkait ini menciptakan apa yang disebut sebagai paket voucher (voucher package). Perusahaan telah menerima apa yang telah ia pesan, faktur tersebut disetujui untuk pembayaran. Pembelian non persediaan untuk

perlengkapan mungkin menyediakan peluang terbesar untuk meningkatkan efisiensi atas utang dan pengeluaran kas.

4. Pengeluaran Kas

Kasir orang yang melapor ke bendahara, bertanggung jawab untuk membayar pemasok. Hal ini memisahkan fungsi penyimpanan, yang dijalankan kasir, dari fungsi otorisasi dan pencatatan, dijalankan oleh masing-masing departemen pembelian dan utang. Pembayaran dibuat ketika utang mengirimkan kasir sebuah paket voucher.

2.4 Pencapaian Laba

2.4.1 Pengertian Laba

Menurut Soemarso (2010) mendefinisikan laba sebagai berikut: Laba adalah selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan kegiatan usaha. Beban lebih besar dari pendapatan disebut rugi. Laba atau rugi merupakan hasil perhitungan secara periodik (berkala). Laba atau rugi ini belum merupakan laba atau rugi yang sebenarnya. Laba atau rugi yang sebenarnya baru dapat diketahui apabila perusahaan telah menghentikan kegiatannya dan dilikuidasikan.

Dalam dunia bisnis laba suatu istilah yang tidak asing lagi karena salah satu tujuan utama suatu perusahaan adalah menghasilkan laba semaksimal mungkin. Laba merupakan pos dasar penting dari ikhtisar keuangan yang memiliki berbagai keuangan dalam berbagai konteks, kebanyakan orang mengkaitkannya dengan uang dari sisa pendapatan dan telah dikurangi dengan semua biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan itu. Laba biasanya mengacu pada

surplus atau kelebihan pendapatan atas biaya, sedangkan rugi biasanya mengacu pada deficit atau kekurangan pendapatan atas biaya.

Laba dapat dituliskan dengan formulasi sebagai berikut:

$$\text{Profit } \pi = \text{Total Revenue} - \text{Total Cost}$$

dimana:

Profit = Laba/keuntungan

Total Revenue = Total Pendapatan

Total Cost = Total Biaya

Perusahaan dapat dikatakan memperoleh keuntungan apabila selisihnya bernilai positif ($\pi > 0$) dimana TR harus lebih besar dari pada TC (TR-TC). Tanpa laba perusahaan tidak dapat memenuhi tujuan perusahaan yang lainnya yaitu pertumbuhan yang terus-menerus (*going concern*) dan tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*). Jaminan perusahaan mampu menghasilkan laba maka manajemen perusahaan harus merencanakan dan mengendalikan faktor penentu laba yaitu pendapatan dan biaya.

Dalam ilmu akuntansi didefinisikan sebagai selisih antara harga penjualan dengan biaya operasional/produksi. Laba merupakan elemen yang paling diperhatikan pemakai karena angka laba diharapkan dapat mempresentasi kinerja perusahaan secara keseluruhan. Laba merupakan selisih antara penerimaan total dan biaya total.

Tujuan pemaksimalan laba antara lain:

1. Mempertahankan pertumbuhan perusahaan.

Hal ini karena laba yang didapatkan akan digunakan kembali sebagai modal usaha agar perusahaan dapat terus berproduksi dan dapat bersaing dengan perusahaan lain.

2. Meningkatkan kekayaan investasi.
3. Mensejahterakan karyawan perusahaan maupun pemilik perusahaan.
4. Meningkatkan nilai jual perusahaan.
5. Meningkatkan taraf ekonomi masyarakat maupun negara.
6. Sebagai indikasi kinerja perusahaan yang baik dan optimal.

2.4.2 Faktor yang Harus di Pertimbangkan dalam Pemaksimalan Laba

Laba perusahaan dapat dimaksimalkan melalui beberapa jalur yakni dari jalur pemaksimalisasian pendapatan atau jalur penekanan biaya. Keduanya dapat diterapkan dalam langkah efektifitas serta efisiensi di semua bidang, seperti produksi, sumber daya manusia, maupun keuangan. Pemaksimalan laba perusahaan juga perlu untuk mengenali produk, modal dan upah tenaga kerja yang ada di perusahaan.

Menentukan jalur mana yang akan diambil maka perlu kita lakukan beberapa proses pengambilan keputusan manajerial:

1. Menetapkan tujuan perusahaan.
2. Mendefinisikan permasalahan yang dihadapi perusahaan dalam mencapai tujuan.
3. Mengidentifikasi berbagai solusi-solusi alternatif yang ada.

4. Memilih solusi terbaik dari solusi-solusi yang ada.
5. Mengimplementasikan keputusan tersebut.

Manajer harus menguasai dan menganalisa beberapa faktor sebelum mengambil keputusan yang konkret sebagai berikut :

1. Mengumpulkan Data-Data yang Akurat

Mengetahui seluk beluk produk yang akan dipasarkan, seperti bahan baku, keunggulan, kekurangan, macam-macam produknya, sasaran pasar, kisaran harga, image produk dipasaran, barang substitusi yang ada dipasaran, perusahaan pesaing dll.

2. Mengerti Hukum Penawaran dan Permintaan

Harga sebuah produk dibentuk oleh sisi penawaran dan permintaan. Terkadang suatu harga telah mencerminkan nilai barang yang sesungguhnya. Namun tidak jarang berlaku sebaliknya karena besarnya harga telah ditambah oleh biaya-biaya tertentu di luar nilai barang, misal biaya marketing atau promosi yang terlalu tinggi. Harga yang melekat pada produk tidak lagi mencerminkan nilai barang yang sebenarnya. Perlu adanya peran pemerintah sebagai pelaku ekonomi melakukan campur tangan (*intervensi*) untuk penentuan harga suatu barang agar tidak merugikan pihak konsumen dan untuk pengendalian tingkat permintaan dan penawaran.

3. Konsumen

Kebutuhan konsumsi suatu konsumen membentuk suatu permintaan individu yang selanjutnya membentuk permintaan pasar. Keanekaragaman

perilaku konsumen dalam menentukan permintaannya, seorang manajer dituntut untuk dapat melihat hal itu dari kacamata konsumen. Menghindari agar tidak terjadi alokasi sumber daya yang tidak efisien oleh konsumen atau masyarakat. Manajer perlu mengetahui teori perilaku konsumen.

4. Produsen

Menempatkan diri sebagai pihak produsen (perusahaan), manajer harus mampu mengoptimalkan sumber dayanya guna mengatasi *law of diminishing return* yaitu hukum pengembalian (penjualan) yang semakin berkurang dikarenakan kemungkinan adanya titik kejenuhan terhadap produk.

5. Struktur Pasar Bersaing Sempurna

Terdapat 4 kelebihan pasar persaingan sempurna dalam perekonomian merupakan model standar ilmu ekonomi terbaik, di mana produsen dan konsumen dapat bersaing secara sempurna. Tidak ada pihak yang memonopoli atau pun termonopoli karena kondisi pasar memungkinkan adanya alokasi sumber daya secara optimal. Konsumen mengoptimalkan peralatan dan fasilitas yang diperolehnya, dan produsen mengoptimalkan keuntungannya.

6. Ilmu Statistik

Statistika adalah ilmu yang mempelajari bagaimana menarik data, menganalisis, merangkum dan menampilkan data sehingga menjadi lebih informatif. Hal tersebut menjadikan statistik sebagai bahan baku penelitian.

7. Konsep Elastisitas

Nilai elastisitas merupakan faktor penting untuk menentukan harga suatu produk. Konsep ini mengukur tentang respon perubahan suatu variabel terhadap variabel lainnya. Elastisitas harga mengukur dampak permintaan suatu barang jika harga barang tersebut berubah. Permintaan suatu produk juga berubah karena perubahan pendapatan dan harga barang lain. Produsen yang telah memiliki *market power* menggunakan nilai elastisitas harga untuk mengoptimalkan keuntungannya. Nilai elastisitas dilakukan dengan estimasi.

8. Struktur Pasar

Permasalahan yang mungkin terjadi adalah kegagalan pasar yang dibentuk oleh kekuatan pasar, informasi yang asimetris, faktor-faktor eksternal atau publik. Hal ini merupakan inti dari permasalahan ekonomi. Manajer harus memiliki intuisi pasar, mengenal pelaku dan pemain-pemain pasar. Di samping itu manajer harus mengetahui berbagai jenis pasar agar bisa mendistribusi produk dengan tepat dan sesuai sasaran.

9. Struktur Biaya

Manajer harus mampu menganalisis informasi-informasi yang terkandung dalam struktur biaya. Menghindari terjadinya pemakaian biaya yang berlebihan.

10. Analisis Keuntungan

Tujuan utama suatu perusahaan adalah memperoleh keuntungan. Manajer harus bisa melakukan analisis keuntungan dan kerugian tersebut yang disesuaikan dengan asumsi *law of deminishing return*.

11. Penetapan Harga

Manajer menentukan harga produk perusahaan secara optimal.

Diperlukan informasi elastisitas konsumen yang bergantung pada masing-masing konsumen, kelompok konsumen, waktu konsumsi dan akumulasi konsumsi.

12. *Capital Budgeting*

Capital budgeting yaitu penentuan anggaran modal yang disesuaikan dengan anggaran produksi. Menghindari terjadinya pengeluaran modal yang terlalu besar (pemborosan) atau pun terlalu kecil sehingga tidak mampu memenuhi kebutuhan produksi dan operasional.

13. Regulasi

Biasanya masing-masing daerah memiliki regulasi tertentu yang berkaitan dengan bisnis. Seorang manajer harus tahu dan paham apakah keputusan yang diambilnya tidak bertentangan atau melanggar regulasi tertentu yang telah ditetapkan oleh pemerintah pusat maupun daerah. Regulasi atau kebijakan pemerintah memiliki peran penting termasuk peran kebijakan moneter.

2.4.3 Langkah Dalam Pemaksimalan Laba

Beberapa pertimbangan dan menganalisis faktor-faktor yang disebutkan diatas maka langkah selanjutnya adalah mengambil keputusan untuk memaksimalkan laba, baik itu melalui jalur pemaksimalan pendapatan ataupun penekanan biaya.

Memilih jalur biaya untuk memaksimalkan laba hal ini erat kaitannya dengan manajemen produksi karena segala sesuatunya berkaitan dengan biaya

yang dibutuhkan selama proses produksi yakni dari bahan baku yang kemudian diproses menjadi bahan jadi. Pemaksimalan laba melalui jalur biaya bisa dilakukan dengan cara penekanan (peminimalan) semua biaya yang berkaitan dengan produksi suatu produk. Jalur atau metode ini dianggap riskan karena apabila terjadi kesalahan kecil saja dapat membuat perusahaan rugi besar atau bahkan mengeluarkan biaya yang dua kali lipat dari biaya normal (*unekonomis*).

Berbeda halnya dengan jalur biaya, jalur pendapatan yang erat dengan manajemen pemasaran ini dianggap merupakan salah satu metode yang lebih aman untuk ditempuh jika kita ingin memaksimalkan laba perusahaan. Langkah-langkah yang dapat diterapkan dalam metode ini yaitu:

1. Memahami produk
2. Mengetahui sasaran produk
3. Mengetahui pangsa pasar
4. Mengetahui daya beli konsumen
5. Mengetahui barang substitusi yang ada di pasaran
6. Mengetahui pesaing
7. Melakukan *diferensiasi* produk (pengembangan produk yang sudah ada) dan peningkatan kualitas produk
8. Menetapkan harga

Intinya melakukan pemaksimalan laba melalui jalur pendapatan dapat dilakukan dengan cara peningkatan kualitas produk tersebut serta melakukan *diferensiasi* produk (pengembangan produk yang sudah ada) serta penetapan harga yang sesuai agar produk yang kita pasarkan laku

dipasarkan dan dapat memenangkan persaingan pasar sehingga konsumen kita menjadi banyak (cakupan pasar meluas) dan loyal terhadap produk.

Barang yang kita pasarkan laku otomatis pendapatan bertambah, jika pendapatan kita bertambah sedangkan jumlah pengeluaran biaya yang dikeluarkan normal. Hal ini berarti bahwa laba atau keuntungan bertambah.

2.4.4 Profitabilitas

Laba sering kali menjadi salah satu ukuran kinerja perusahaan. Perusahaan memiliki laba yang tinggi berarti kinerjanya baik dan sebaliknya. Laba perusahaan selain merupakan indikator kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban dan merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang.

Menurut Sofyan (2011)

“Profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dsb.”

Kesimpulan bahwa profitabilitas adalah rasio untuk mengukur tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam kaitannya dengan penjualan, aset, dan saham. Semakin tinggi tingkat profitabilitas maka perusahaan tersebut semakin bagus. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung memiliki tingkat hutang yang rendah.

Rasio berguna bagi pihak internal dan eksternal perusahaan. Tujuan yang dapat diperoleh dari rasio profitabilitas untuk pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan. Tujuan rasio profitabilitas yaitu :

- a. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
- b. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
- c. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
- d. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
- e. Untuk mengukur produktifitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri

Jenis-jenis rasio profitabilitas yang lazim digunakan dalam praktek untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sebagai berikut :

- a. *Return on Assets (ROA)*

Hasil pengembalian atas asset (*Return On Assets*) merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas penggunaan asset perusahaan dalam menciptakan laba bersih. Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total asset.

- b. *Return on Equity (ROE)*

Hasil pengembalian atas ekuitas (*return on equity*) merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas penggunaan ekuitas perusahaan dalam

menciptakan laba bersih. Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas.

c. *Gross Profit Margin*

Gross profit margin merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba kotor atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba kotor terhadap penjualan bersih. Laba kotor sendiri dihitung sebagai hasil pengurangan antara penjualan bersih dengan harga pokok penjualan.

d. Marjin laba operasional (*Operating Profit Margin*)

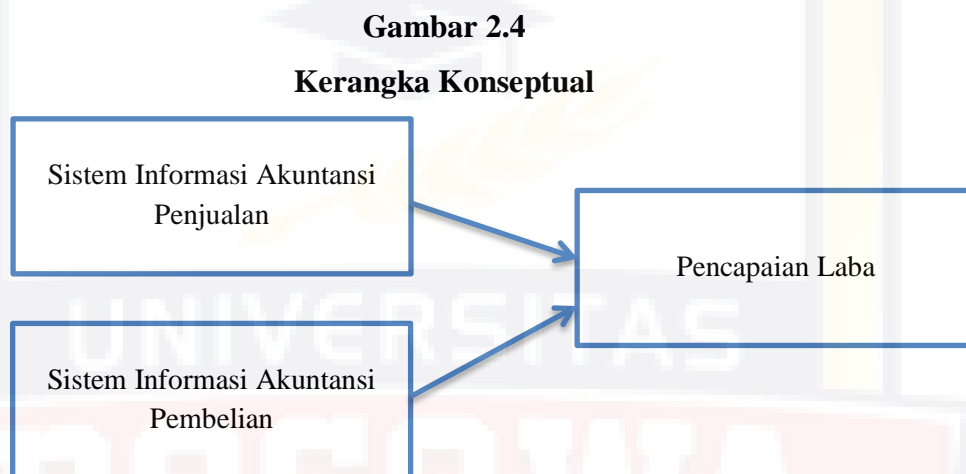
Marjin laba operasional merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba operasional atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba operasional terhadap penjualan bersih.

e. Marjin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

Marjin laba bersih merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap penjualan bersih.

2.5 Kerangka Konseptual

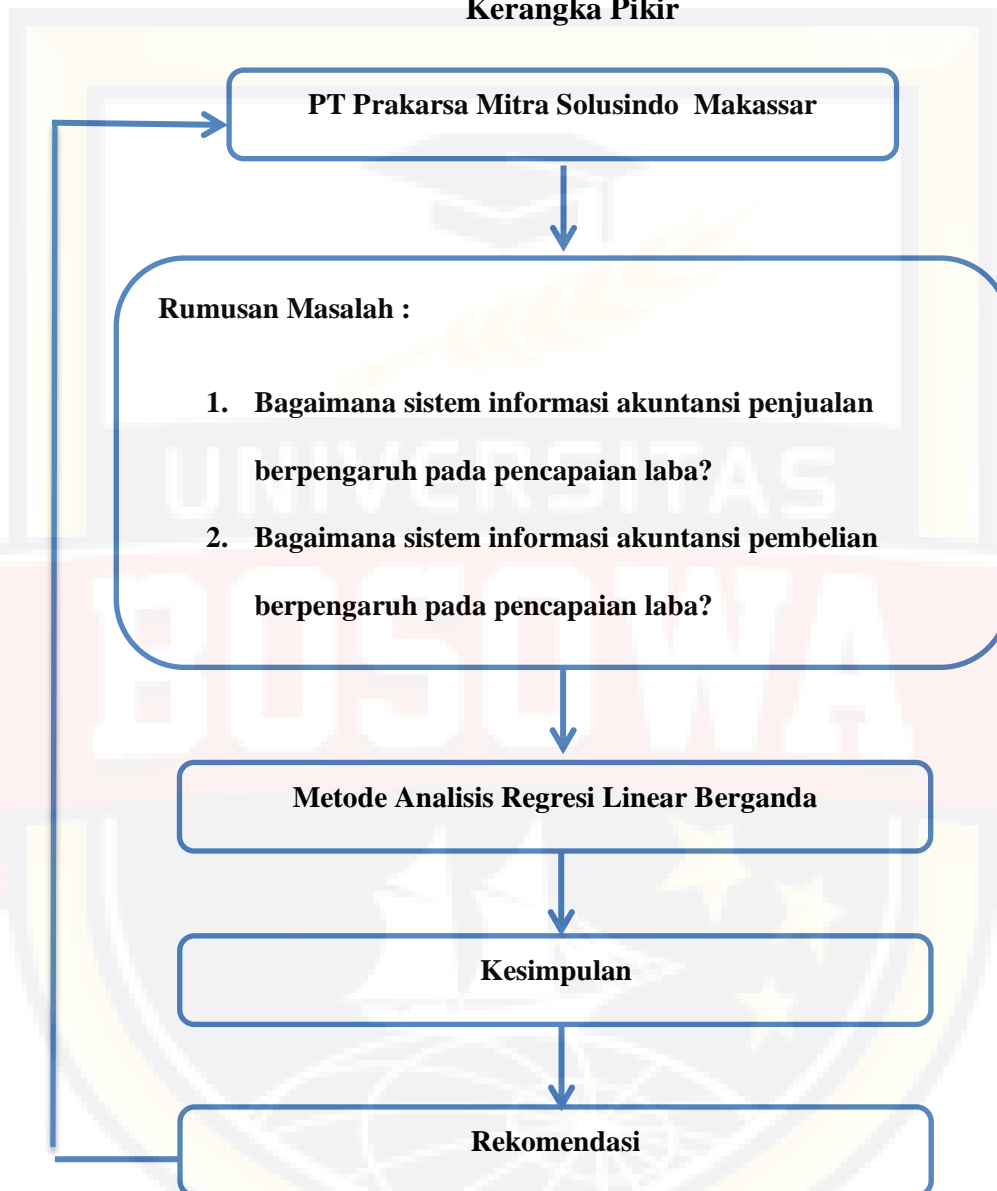
Berdasarkan latar belakang, kajian pustaka dan beberapa penelitian terdahulu, maka kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber : Diolah Sendiri

2.6 Kerangka Pikir

Gambar 2.5
Kerangka Pikir



Sumber : Diolah Sendiri

2.7 Hipotesis

Berdasarkan masalah yang telah dijabarkan diduga

H1 : bahwa sistem informasi akuntansi penjualan berpengaruh positif terhadap pencapaian laba.

H2 : bahwa sistem informasi akuntansi pembelian berpengaruh positif terhadap pencapaian laba.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Daerah Penelitian

Daerah penelitian dilakukan pada PT Prakarsa Mitra Solusindo Makassar yang beralamat Jl. Gunung Merapi No.08 Pisang Utara, Kec. Ujung Pandang, Kota Makassar. Waktu penelitian dilakukan selama 1 bulan yaitu bulan Agustus sampai September 2020.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

1. Penelitian Kepustakaan (*library research*)

Studi pustaka ini merupakan Teknik penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang di dapat dalam peraturan perundang-undangan, buku-buku, dan tulisan ilmiah.

2. Penelitian Lapangan (*field research*)

Studi lapangan merupakan penelitian yang dilakukan secara langsung pada objek yang akan diteliti untuk memperoleh data yang diperlukan

3.3 Jenis dan Sumber Data

Peneliti berharap penelitian ini berjalan sesuai dengan rencana yang telah di tentukan maka diperlukan jenis dan sumber data sebagai berikut:

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif merupakan jenis data yang dapat diukur (*measurable*) atau dihitung secara langsung sebagai variabel angka seperti data laporan laba rugi di PT Prakarsa

Mitra Solusindo Makassar dan data kualitatif adalah data yang berupa informasi baik lisan maupun tulisan dari perusahaan yang berperan sebagai pendukung bagi data yang dibutuhkan.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

- 1) Data primer adalah data yang secara langsung diambil dari objek penelitian. Contoh: wawancara langsung.
- 2) Data Sekunder adalah data yang didapat secara tidak langsung dari melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder dapat diperoleh dari literatur-literatur, buku, jurnal, skripsi, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan topik dalam penelitian ini.

3.4 Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan metode analisis statistic regresi linear berganda melalui pendekatan kuantitatif. Analisis regresi linear berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian kuantitatif memerlukan adanya hipotesis dan pengujian yang kemudian akan menentukan tahapan-tahapan berikutnya seperti penentuan teknik analisa dan uji statistik yang akan digunakan.

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS). Analisis regresi yang tidak berdasarkan OLS tidak memerlukan persyaratan asumsi klasik misalnya regresi logistik atau regresi ordinal. Tidak semua uji

asumsi klasik harus dilakukan pada analisis regresi linear misalnya uji multikolinearitas tidak dilakukan pada analisis regresi linear sederhana dan uji autokorelasi tidak perlu diterapkan pada data *cross sectional*.

Uji asumsi klasik juga tidak perlu dilakukan untuk analisis regresi linear yang bertujuan untuk menghitung nilai pada variabel tertentu. Misalnya nilai return saham yang dihitung dengan market model, atau market adjusted model. Perhitungan nilai *return* yang diharapkan dapat dilakukan dengan persamaan regresi, tetapi tidak perlu diuji asumsi klasik.

a. Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji normalitas dalam pengolahan data penelitian menggunakan program SPSS menurut Ghozali adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai kontribusi normal atau tidak.

Ada beberapa macam cara untuk menguji normalitas, diantaranya ialah menggunakan Grafik Histogram dan P-Plot SPSS, bisa juga dengan mengaplikasikan rumus Chi – Square, rumus Kolmogorov, rumus Shapiro Wilk, atau rumus Lilliefors.

Penelitian ini menggunakan uji normalitas dengan Grafik Histogram dan P-Plot SPSS. Normalitas suatu data menggunakan Grafik Histogram dan P-Plot SPSS dapat ditemukan dengan melihat persebaran titik data pada poros diagonal dari grafik histogram dengan memperhatikan normal probability plot. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas ialah distribusi data dinyatakan normal, apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan

mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya. Kedua apabila data menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti diagonal atau grafik histogramnya, data tersebut dinyatakan tidak berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menilai ketidaksamaan varian dari residual antara semua pengamatan yang menggunakan model regresi linier. Uji heteroskedastisitas adalah pemenuhan pengujian asumsi data agar model regresi yang digunakan dalam penelitian tidak bias.

Data yang dikatakan baik disebut sebagai data homokedastis. Penyebarannya data tersebut selalu konsisten dari waktu ke waktu. Data yang heteroskedastis adalah penyebaran data yang berubah-ubah dari waktu ke waktu. Kondisi data yang heteroskedastis akan membuat penaksiran standar eror menjadi bias sehingga berdampak pada nilai t hitung yang akan ikut bias dan jika hal ini terjadi maka pengambilan keputusan melalui uji hipotesis akan menjadi bias juga meskipun modelnya benar.

Suatu data dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas apabila pertama, titik-titik data menyebar di sekitar angka 0. Kedua titik-titik data tidak hanya mengumpul di atas maupun di bawah. Ketiga penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang yang melebar kemudian menyempit, lantas melebar kembali. Dan yang terakhir, penyebaran titik-titik data harus tidak memiliki pola.

c. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk mendeteksi apakah ada hubungan yang kuat antar variabel bebas dalam model regresi linier berganda. Model regresi yang baik adalah ketika semua variabel – variabel bebas tidak memiliki hubungan erat satu sama lain. Hal ini berarti bahwa tiap – tiap variabel bebas memiliki kekuatannya sendiri untuk mempengaruhi variabel terikat, sehingga dapat menghasilkan estimasi yang tepat.

Cara untuk mengetahui keberadaan multikolinieritas dalam suatu model melalui program SPSS adalah dengan menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Suatu model dinyatakan bebas dari multikolinieritas apabila nilai VIF kurang dari 10.

d. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2016) autokorelasi dapat muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu yang berkaitan satu sama lainnya. Permasalahan ini muncul karena residual tidak bebas pada satu observasi ke observasi lainnya. Model regresi yang baik adalah pada model regresi yang bebas dari autokorelasi. Mendeteksi terdapat atau tidaknya autokorelasi adalah dengan melakukan uji *run test*.

Run test merupakan bagian dari statistik non-parametrik yang dapat digunakan untuk melakukan pengujian, apakah antar residual terjadi korelasi yang tinggi. Apabila antar residual tidak terdapat hubungan korelasi, dapat dikatakan bahwa residual adalah random atau acak. Dengan

hipotesis sebagai dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut (Ghozali, 2016):

- a. Apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) kurang dari 5% atau 0,05, maka untuk H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal tersebut berarti data residual terjadi secara tidak acak (sistematis).
- b. Apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih dari 5% atau 0,05, maka untuk H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal tersebut berarti data residual terjadi secara acak.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda karena meramalkan hubungan koefisien–koefisien yang dihasilkan oleh persamaan yang terdiri dari dua atau lebih variabel bebas (variabel independen) terhadap satu variabel terikat (variabel dependen).

Regresi berganda yang dijadikan sebagai metode dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara kinerja pembelian dan penjualan (variabel bebas) terhadap pencapaian laba kotor (variabel terikat).

Persamaan regresi bergandanya adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Pencapaian Laba

a = Konstanta Regresi

b_1, b_2 = Koefisien determinasi

X_1 = Sistem Informasi Akuntansi Penjualan

X_2 = Sistem Informasi Akuntansi Pembelian

e = Error

Dimana Y adalah variabel dependen, a adalah nilai konstanta, X_1 merupakan variabel independen 1, dan seterusnya.

a. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data, baik dari percobaan yang terkontrol, maupun dari observasi (tidak terkontrol). Hasil dari analisis data dapat dinyatakan signifikan secara statistik jika kejadian tersebut hampir tidak mungkin disebabkan oleh faktor kebetulan, sesuai dengan batas probabilitas yang sudah ditentukan sebelumnya.

Hipotesis terbagi menjadi dua macam, yaitu: hipotesa alternatif (H_a) dan hipotesa nol (H_0). Hipotesa alternative (H_a) mengartikan bahwa terdapat hubungan antara variabel X dan Y. Hipotesa nol (H_0) berarti tidak ada hubungan antara variabel X dan Y. Pernyataan inilah yang dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan untuk membaca hasil output SPSS. Dasar pengambilan keputusan apabila perhitungan menggunakan program SPSS adalah apabila probabilitas lebih dari 0,05 maka H_0 diterima, namun jika nilai probabilitas kurang dari 0,05 maka H_a diterima.

1. Uji hipotesis dalam penelitian ini akan menguji data yang diperoleh dari bentuk laporan keuangan PT Prakarsa Mitra Solusindo Makassar pada tanggal 31 Januari 2017 – 31 Desember 2019 telah disusun dalam metode tabel dan angka dan siap diproses menggunakan program SPSS.

a. Uji t

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Apakah pengaruhnya parsial (sendiri) atau tidak. Pengambilan keputusan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini diambil dari nilai yang dikeluarkan oleh program SPSS. Menurut Sugiyono (2018:170) untuk menguji signifikansi hubungan, yaitu apakah hubungan yang ditemukan berlaku untuk seluruh populasi, maka perlu diuji signifikansinya. Uji t atau uji signifikansi korelasi dirumuskan sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Kriteria penerimaan hipotesis menggunakan uji t adalah sebagai berikut:

1. Ho ditolak, Ha diterima (Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$)
2. Ho diterima, Ha ditolak (Apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$)

Pengujian dilakukan dengan taraf signifikansi yaitu 0,05. Jika nilai signifikansi < taraf signifikan 0,05 maka hipotesis yang diajukan akan diterima (Ha diterima Ho ditolak). Nilai signifikansi > taraf signifikansi 0,05 maka hipotesis yang diajukan ditolak (Ha ditolak dan Ha diterima).

b. Uji f

Uji statistik f menunjukkan bahwa semua variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat secara bersama - sama. Menguji hipotesis ini digunakan statistik f dengan kriteria pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikansi yang dikeluarkan oleh program SPSS. Apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara serentak. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 berarti bahwa variabel *independen* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependen* secara bersama-sama.

c. Uji r

Menurut Ghazali (2012:97), koefisien determinasi (R^2) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol atau satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

3.5 Definisi Operasional

Dalam penelitian ini terdapat tiga operasionalisasi variable antara lain variabel X_1 yaitu sistem informasi akuntansi penjualan, variabel X_2 yaitu sistem informasi akuntansi pembelian dan variabel Y yaitu pencapaian laba.

3.5.1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Dalam penelitian ini yang bertindak sebagai variabel bebas atau *independent variable* adalah sistem informasi akuntansi penjualan sebagai X_1 dan sistem informasi akuntansi pembelian sebagai X_2 .

1. Sistem Informasi Akuntansi Penjualan (X_1)

Sistem Informasi Akuntansi Penjualan adalah suatu sistem informasi yang mengorganisasikan serangkaian prosedur dan metode yang dirancang untuk menghasilkan, menganalisa, menyebarkan dan memperoleh informasi guna mendukung pengambilan keputusan mengenai penjualan.

2. Sistem Informasi Akuntansi Pembelian (X_2)

Sistem akuntansi pembelian adalah sistem yang digunakan oleh perusahaan untuk melaksanakan pengelolaan bahan baku, bahan penolong, persediaan barang dagang, bahan keperluan kantor dan aktiva tetap yang dibutuhkan dalam kegiatan perusahaan secara keseluruhan. Sistem pembelian berguna dalam mengenali kebutuhan untuk membeli persediaan fisik (seperti persediaan barang dagang) dan melakukan pesanan ke pemasok. Sistem pembelian mencatat peristiwa tersebut dengan menambah persediaan dan membuat akun utang untuk dibayar pada tanggal yang telah di tetapkan.

3.5.2 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Dalam penelitian ini yang bertindak sebagai variabel terikat atau *dependent variable* adalah pencapaian laba sebagai variabel Y. Laba adalah selisih lebih pendapatan atas beban sehubungan dengan kegiatan usaha. Setiap perusahaan harus dapat menerapkan efisiensi modal usaha dalam perencanaan keuangannya agar dapat mencapai target laba. Secara matematis laba perusahaan dapat diperoleh setelah semua nilai penjualan di kurangi dengan seluruh biaya operasional beserta komponen pengeluaran lainnya.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Profil PT Prakarsa Mitra Solusindo Makassar

PT Prakarsa Mitra Solusindo merupakan perusahaan swasta nasional yang bergerak dibidang informasi dan fokus pada *system security*. Didirikan pada tahun 2012 PT Prakarsa Mitra Solusindo merupakan perusahaan swasta nasional yang bergerak dibidang informasi dan fokus pada *system security* manajemen perangkat keras (*hardware*) maupun perangkat lunak (*software*). Tujuan untuk mewujudkan produk berteknologi tinggi dan pelayanan yang memuaskan pada bidang security system.

Memulai bisnis dengan nama Smart Security System Solution. Smart Security System Solution untuk menjangkau segmen bisnis yang lebih luas mulai membentuk PT Prakarsa Mitra Solusindo. Melalui PT. Prakarsa Mitra Solusindo mulai merambah pada segmen *project* dengan skala nilai yang lebih tinggi yang awalnya hanya fokus pada ritel dan distribusi ke *dealer* ataupun *installer*. Keberadaan PT Prakarsa Mitra Solusindo adalah untuk memberikan produk berkualitas tinggi dan kesempurnaan dalam pelayanan *after sales customer service*. PT Prakarsa Mitra Solusindo mendengar dan secara efektif memberikan solusi cerdas atas kebutuhan *user* atau pengguna.

PT Prakarsa Mitra Solusindo sebagai *support surveillance cctv system* dan manajemen informasi fokus pada sektor perusahaan dan *reseller*, industri, pemerintahan dan perumahan (industri rumah tangga) yang menjadi pengguna. PT

Prakarsa Mitra Solusindo dengan didukung oleh sumber daya manusia yang ahli dibidangnya.

PT Prakarsa Mitra Solusindo salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang *security system integration*. PT Prakarsa Mitra Solusindo selain sebagai perusahaan pengadaan produk *security system* juga menyediakan layanan jasa instalasi untuk *security system*. Pengadaan product security system, PT Prakarsa Mitra Solusindo bekerjasama dan dipercaya untuk mendistribusikan beberapa produk yang mengutamakan kualitas dan purna jual sebagai komitmen. PT Prakarsa Mitra Solusindo telah berkomitmen dalam memperkenalkan produk berkualitas dengan pelayanan yang sesuai kebutuhan pasar. PT Prakarsa Mitra Solusindo semakin diperhitungkan dalam bidang *security system* dan menjadi salah satu perusahaan yang menjadi distributor resmi di Indonesia untuk brand ternama seperti Hikvision, ZKTeco, Wisenet, UNV, Pelco, Infinity, Indorack, Ubiquity dan produk security lainnya.

4.1.2 Visi dan Misi PT Prakarsa Mitra Solusindo Makassar

Melihat keadaan keamanan dan resiko yang ditimbulkan yang cenderung menurun saat ini, PT Prakarsa Mitra Solusindo berkomitmen untuk melayani dengan satu kenyamanan solusi, keunggulan, pengembangan dan kepercayaan untuk pengguna dan terus bekerja keras untuk meningkatkan mutu pelayanan, pengembangan, dan solusi-solusi yang diselaraskan dengan kebutuhan pengguna dengan penuh tanggung jawab.

PT Prakarsa Mitra Solusindo bekerja lebih keras untuk lebih baik dalam inovasi-inovasi solusi dan produk perusahaan demi menjaga kepercayaan yang

telah diberikan oleh para pengguna baik pengguna individual, instansi swasta maupun instansi pemerintahan karena PT Prakarsa Mitra Solusindo menghargai kepuasan *user* atau pengguna dengan kerja keras dan solusi handal yang ditawarkan.

4.1.3 Produk PT Prakarsa Mitra Solusindo Makassar

PT Prakarsa Mitra Solusindo adalah perusahaan penyedia produk dan jasa yang bergerak dalam bidang *security system integration* dengan menawarkan berbagai macam produk security system mulai dari *finger print*, *access control*, *lift control*, *barrier gate* (palang parkir), *fire alarm system*, *door lock*, *hotel lock* dan produk security lainnya dari berbagai brand terpercaya seperti Hikvision, ZKTeco, UNV, Wisenet, Pelco dan lainnya.

1. CCTV

CCTV (*Closed Circuit Television*) merupakan sebuah perangkat kamera video digital yang digunakan untuk mengirim sinyal ke layar monitor di suatu ruang atau tempat tertentu. Hal tersebut memiliki tujuan untuk dapat memantau situasi dan kondisi tempat tertentu sehingga dapat mencegah terjadinya kejahatan atau dapat dijadikan sebagai bukti tindak kejahatan yang telah terjadi. Pada umumnya CCTV seringkali digunakan untuk mengawasi area publik seperti Bank, Hotel, Bandara Udara, Gudang Militer, Pabrik maupun Pergudangan. CCTV berdasarkan jenis typenya terbagi dua yaitu *camera internet protocol (IP)* dan *analog camera* sementara berdasarkan modelnya terbagi dua yaitu *dome camera (indoor)* dan *bullet camera (outdoor)*

2. Palang Parkir

Palang parkir merupakan palang yang digunakan untuk menghalang pintu masuk dan keluar kendaraan dengan tujuan untuk membatu pengaturan kendaraan yang diperbolehkan masuk atau keluar area parkir. Palang parkir modern biasanya akan bekerja secara otomatis dengan sistem mekanis dan elektrik. Komponen penyusun palang parkit terdiri dari arm, mesin, *control board* dan *main logic control*.

3. Access Control

Access Control adalah merupakan central dari keamanan computer. Hal ini didasarkan pada fungsi tujuan utama dari keamanan computer itu sendiri yaitu tercapainya tiga hal yaitu mencegah pengguna yang tidak sah dari mendapatkan akses ke *resource*, mencegah pengguna yang sah dari mengakses *resource* atau sumber secara tidak sah, dan untuk memungkinkan pengguna yang sah untuk mengakses sumber daya secara resmi. Produk *Access Control* seperti *access* pintu masuk, *hotel lock*, *door lock*, dll.

4. Fingerprint

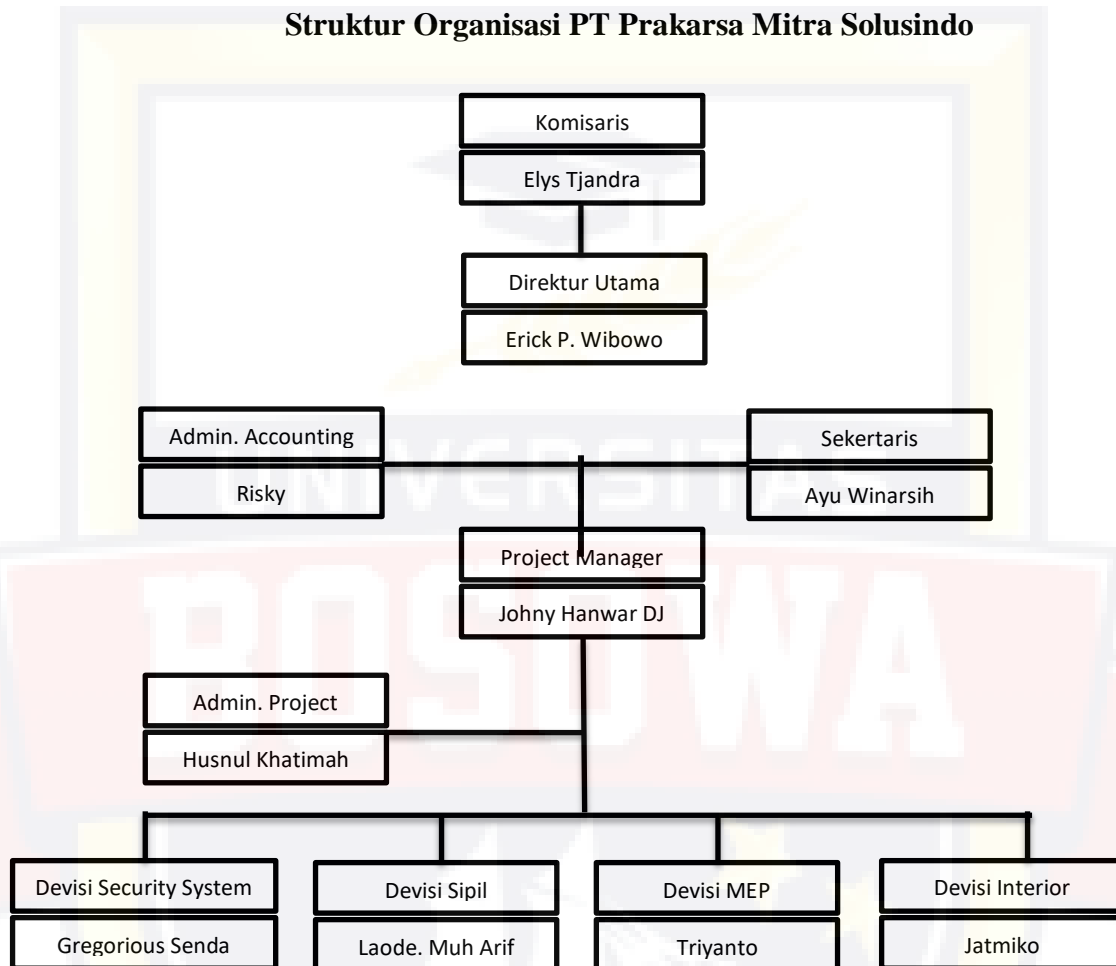
Fingerprint adalah sebuah alat untuk memenuhi kebutuhan data yang cepat dengan menggunakan *verifikasi* sidik jari. Dahulu sebuah data diamankan dengan menggunakan password atau identity (ID), ada juga yang menggunakan pola guna mengamankan suatu data. *Fingerprint* berguna untuk meminimalisir kecurangan karyawan yang bisa mengakibatkan kerugian perusahaan. Adanya *Fingerprint* setiap karyawan bertanggung

jawab atas kehadirannya sendiri di kantor. selain itu penerapan Fingerprint pada sebuah pintu seperti brankas juga meminimalisir akses karena dengan Fingerprint akses dari suatu pintu brankas hanya bisa dibuka oleh orang-orang tertentu saja, bahkan hanya untuk satu orang saja. Keamanan barang yang berada di dalamnya bisa dijamin.



4.1.4 Struktur Organisasi PT Prakarsa Mitra Solusindo Makassar

Gambar 4.1



Sumber data : PT Prakarsa Mitra Solusindo Makassar

Berikut uraian tugas staff PT Prakarsa Mitra Solusindo :

1. Komisaris

- a. Mengawasi direktur dalam menjalankan perusahaan.
- b. Mengavaluasi kebijakan yg dikeluarkan direktur
- c. Menyetujui anggaran perusahaan
- d. Membantu direktur dalam menjalankan perusahaan

2. Direktur Utama

- a. Memimpin jalannya perusahaan
- b. Menetapkan kebijakan perusahaan
- c. Mengawasi dan memberikan arahan ke karyawan
- d. Membuat perencanaan
- e. Pemimpin dan mengawasi setiap divisi
- f. Membuat keputusan
- g. Meverifikasi laporan baik laporan keuangan, laporan penjualan, laporan

3. Admin Accounting

- a. Mencatat setiap transaksi keuangan dalam perusahaan
- b. Membuat laporan bulanan maupun tahun
- c. Memastikan setiap transaksi keuangan terarsip dan tercatat
- d. Stock opname persediaan
- e. Memastikan ketersediaan persediaan
- f. Membuat laporan penjualan bulan

4. Sekretaris

- a. Membantu direktur dalam menjalankan perusahaan

- b. Membuat jadwal direktur
 - c. Memastikan schedule direktur berjalan lancar
 - d. Menjadi notulen rapat.
5. Project Manager
- a. Memimpin sebuah proyek
 - b. Merencanakan pengerjaan proyek
 - c. Memimpin pelaksanaan proyek
 - d. Mengawasi jalannya proyek
 - e. Membuat gambaran kerja
6. Admin Project
- a. Menyiapkan seluruh berkas project
 - b. Menyusun penawaran harga proyek
 - c. Memastikan proyek berjalan lancar
 - d. Mendukung perjalanan proyek secara administrasi
 - e. Membuat penagihan proyek
 - f. Notulen rapat proyek
 - g. Mendukung tim lapangan
7. Devisi Security System, Devisi Sipil, Devisi MEP dan Devisi Interior
- a. Bertanggung jawab atas bidang kerjanya
 - b. Bertindak sebagai pelaksanaan proyek
 - c. Memecahkan masalah di lapangan
 - d. Menentukan penggunaan material yg akan digunakan dan dilaporkan ke project manager

- e. Membuat laporan progres proyek
- f. Melaporkan progres proyek ke manager proyek

4.1.5 Sistem Informasi Akuntansi Penjualan

PT Prakarsa Mitra Solusindo melakukan transaksi penjualan dengan cara mengirimkan penawaran atau *quotation* ke *customer* atau *dealer* sesuai permintaan atau rencana anggaran biaya (RAB). Penawaran yang telah dikirimkan selanjutnya menunggu persetujuan penawaran. Apabila dalam waktu 2 minggu belum ada persetujuan penawaran maka admin penjualan berusaha untuk menghubungi customer dan menanyakan kendala customer. Penawaran yang telah disetujui oleh customer dan dilakukan pembayaran awal atau *downpayment*. Bagian keuangan yang telah menerima pembayaran *downpayment* selanjutnya memproses transaksi yaitu menyediakan unit berdasarkan *quotation* yang telah disetujui, merilis surat jalan dan mendiskusikan dengan teknisi untuk jadwal survei dan pemasangan.

Jadwal pemasangan yang telah diatur dan teknisi membuat *timeline schedule* yang akan kirim ke customer. *Timeline schedule* sangat berguna untuk membangun kepercayaan customer bahwa penyelesaian pekerjaan akan diselesaikan secepatnya. Form instalasi harus diverifikasi oleh customer dan teknisi dengan tujuan kedua belah pihak sama-sama mengetahui pemasangan telah selesai. Teknisi menyerahkan form instalasi dan surat jalan yang telah diverifikasi oleh customer dan teknisi ke bagian keuangan.

Pekerjaan pemasangan telah selesai kemudian bagian keuangan akan menghubungi user untuk memverifikasi bahwa pemasangan telah selesai tanpa

kendala dan meminta customer menyelesaikan pembayaran. Apabila customer hanya pembelian unit maka pembayaran *fullpayment*. Bagian keuangan akan menyerahkan invoice untuk diverifikasi oleh pimpinan.

PT Prakarsa Mitra Solusindo berusaha untuk tidak memberi kesempatan kecurangan data dan mencengah kecurangan (*fraud*) dengan cara verifikasi data antar pihak berkepentingan. Pentingnya diskusi dalam tim untuk membangun kerjasama dan semangat tim untuk mencapai tujuan perusahaan semakin berkembang.

4.1.6 Sistem Informasi Akuntansi Pembelian

Transaksi pembelian PT Prakarsa Mitra Solusindo Makassar bertujuan untuk menyediakan persediaan barang dagang dan memenuhi permintaan customer berdasarkan penawaran yang telah disetujui oleh *customer*. Bagian gudang akan membuat surat permintaan pembelian dan mengirim ke bagian keuangan untuk diverifikasi dan tindak lanjuti dengan memrilis *purchase order*. *Purchase order* kemudian diberikan ke supervisor untuk meminta persetujuan pembelian sebelum dikirim ke *supplier*.

Supplier atau pemasok akan merilis surat order dan faktur berdasarkan *purchase order* dan dikirim bersamaan dengan barang. Barang yang telah diterima oleh bagian gudang dan dicocokkan dengan surat order dari *supplier* dan *purchase order* perusahaan. Bagian gudang membuat laporan penerimaan barang lalu diserahkan ke bagian keuangan bersamaan dengan faktur yang masih tersegel. Bagian keuangan akan mencatat pada buku pembelian dan buku control hutang apabila pembelian secara kredit. Faktur yang telah jatuh tempo kemudian

dilakukan pelunasan lalu bagian keuangan menyerahkan faktur untuk dilakukan verifikasi.

PT Prakarsa Mitra Solusindo dalam setiap kegiatan tidak luput dari verifikasi antar pihak yang berkepentingan untuk saling mengetahui transaksi dan kendala yang sedang dialami untuk dicarikan solusi. Biaya operasional, pembelian, penjualan dan sisa persediaan barang dagang harus diketahui oleh pimpinan dalam laporan per minggu.

4.1.7 Pencapaian Laba

Pencapaian laba merupakan salah satu tujuan PT Prakarsa Mitra Solusindo demi untuk kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang. Seluruh staff PT Prakarsa Mitra Solusindo dan pimpinan mengadakan kegiatan meeting per minggu untuk membahas kendala, mencari solusi dan rencana yang akan di jalankan.

Perhitungan paket lengkap kamera untuk pemasangan 4 titik, 8 titik dan 16 titik salah satu strategi pemasaran untuk menarik minat dan memenuhi kebutuhan *customer*. Paket lengkap kamera sudah yaitu kamera outdoor, kamera indoor, *digital video recorder (DVR)*, *harddisk*, *power supply*, kabel *rg59 + power*, *connector bnc + drat*, *connector jeck dc* dan kebel *high definition multimedia interface (HDMI) 1,5m*, jasa pemasangan kamera dan jasa *setting*.

Memenuhi kebutuhan *customer* dengan harga yang cukup terjangkau salah satu tujuan PT Prakarsa Mitra Solusindo. Apabila kebutuhan customer sudah dapat terpenuhi maka laba akan datang dengan sendirinya. PT Prakarsa Mitra

Solusindo berusaha untuk mendengar kebutuhan *customer* dan memberikan solusi yang tepat.

4.2 Deskripsi Data

4.2.1 Data Tahun 2017

Gambar 4.2
Data Tahun 2017

PT PRAKARSA MITRA SOLUSINDO			
TAHUN 2017			
BULAN	PENJUALAN	PEMBELIAN	PENCAPAIAN LABA
JANUARI	Rp17,000,000	Rp6,800,000	Rp8,456,000
FEBRUARI	Rp45,673,000	Rp23,400,000	Rp12,345,000
MARET	Rp35,000,000	Rp15,000,000	Rp15,000,000
APRIL	Rp35,650,000	Rp15,250,000	Rp15,000,000
MEI	Rp23,000,000	Rp11,024,000	Rp8,654,000
JUNI	Rp37,340,000	Rp18,000,000	Rp9,639,000
JULI	Rp46,240,000	Rp25,000,000	Rp20,363,000
AGUSTUS	Rp23,000,000	Rp10,000,000	Rp8,440,000
SEPTEMBER	Rp36,000,000	Rp13,000,000	Rp23,366,000
OKTOBER	Rp35,000,000	Rp12,000,000	Rp15,000,000
NOPEMBER	Rp24,000,000	Rp12,000,000	Rp9,650,000
DESEMBER	Rp23,000,000	Rp12,000,000	Rp8,650,000

Sumber data : PT Prakarsa Mitra Solusindo Makassar

Penjualan PT Prakarsa Mitra Solusindo tahun 2017 yaitu total Rp. 380.903.000 dengan pembelian senilai Rp. 173.474.000. pencapaian laba tahun 2017 PT Prakarsa Mitra Solusindo yaitu senilai Rp. 154.563.000

4.2.2 Data Tahun 2018

Gambar 4.3

Data Tahun 2018

PT PRAKARSA MITRA SOLUSINDO			
TAHUN 2018			
BULAN	PENJUALAN	PEMBELIAN	PENCAPAIAN LABA
JANUARI	47,255,000	19,263,000	23,992,000
FEBRUARI	49,657,000	15,670,090	27,986,910
MARET	23,000,000	22,000,000	8,432,300
APRIL	36,000,000	14,000,000	19,000,000
MEI	23,000,000	15,000,000	7,000,000
JUNI	67,230,000	16,000,000	25,900,000
JULI	56,000,000	13,000,000	40,525,000
AGUSTUS	23,000,000	12,000,000	11,000,000
SEPTEMBER	36,000,000	23,000,000	13,374,000
OKTOBER	24,135,000	22,000,000	6,135,000
NOPEMBER	26,560,789	21,000,000	6,560,789
DESEMBER	32,125,600	23,000,000	6,125,000

Sumber data : PT Prakarsa Mitra Solusindo Makassar

Strategi pemasaran yang dilakukan PT Prakarsa Mitra Solusindo sangat efektif sehingga dapat meningkatkan penjualan di tahun 2018. Penjualan PT Prakarsa Mitra Solusindo mengalami peningkatan tahun 2018 yaitu total Rp. 443.963.389 dengan pembelian senilai Rp. 230.183.090. pencapaian laba tahun 2018 PT Prakarsa Mitra Solusindo yaitu senilai 156.030.999

4.2.3 Data Tahun 2019

Gambar 4.4

Data Tahun 2019

PT PRAKARSA MITRA SOLUSINDO			
TAHUN 2019			
BULAN	PENJUALAN	PEMBELIAN	PENCAPAIAN LABA
JANUARI	Rp46,250,000	Rp26,000,000	Rp21,250,000
FEBRUARI	Rp45,000,000	Rp22,000,000	Rp24,000,000
MARET	Rp34,000,000	Rp14,000,000	Rp18,000,000
APRIL	Rp33,000,000	Rp15,000,000	Rp4,425,000
MEI	Rp66,785,600	Rp16,000,000	Rp44,785,600
JUNI	Rp76,890,988	Rp13,000,000	Rp63,890,988
JULI	Rp23,000,000	Rp12,000,000	Rp8,000,000
AGUSTUS	Rp36,000,000	Rp23,000,000	Rp12,000,000
SEPTEMBER	Rp34,567,670	Rp22,000,000	Rp10,044,970
OKTOBER	Rp56,786,500	Rp21,000,000	Rp29,786,500
NOPEMBER	Rp43,789,500	Rp15,000,000	Rp28,789,500
DESEMBER	Rp23,000,000	Rp16,000,000	Rp4,000,000

Sumber data : PT Prakarsa Mitra Solusindo Makassar

Strategi pemasaran yang dilakukan PT Prakarsa Mitra Solusindo sangat efektif sehingga dapat meningkatkan penjualan di tahun 2019. Penjualan PT Prakarsa Mitra Solusindo mengalami penurunan tahun 2019 yaitu total Rp. 415.142.000 dengan pembelian senilai Rp. 198.207.090. pencapaian laba tahun 2019 PT Prakarsa Mitra Solusindo yaitu senilai Rp. 171.740.910.

4.3 Hasil Analisis Data

4.3.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari 4 macam yaitu:

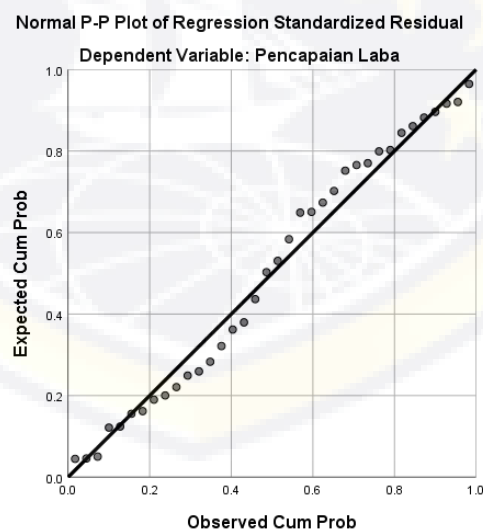
4.3.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas diterapkan dengan tujuan untuk menguji seberapa berpengaruhnya kontribusi normal atau tidaknya variabel dependen dan variabel independen dalam suatu model regresi. Penelitian ini menggunakan Grafik Histogram dan P-Plot SPSS untuk menguji normalitas dari sistem informasi akuntansi penjualan (variabel independen) dan sistem informasi akuntansi pembelian (variabel independen) terhadap pencapaian laba (variabel dependen).

Berikut ini adalah output uji normalitas dari program SPSS:

Gambar 4.5

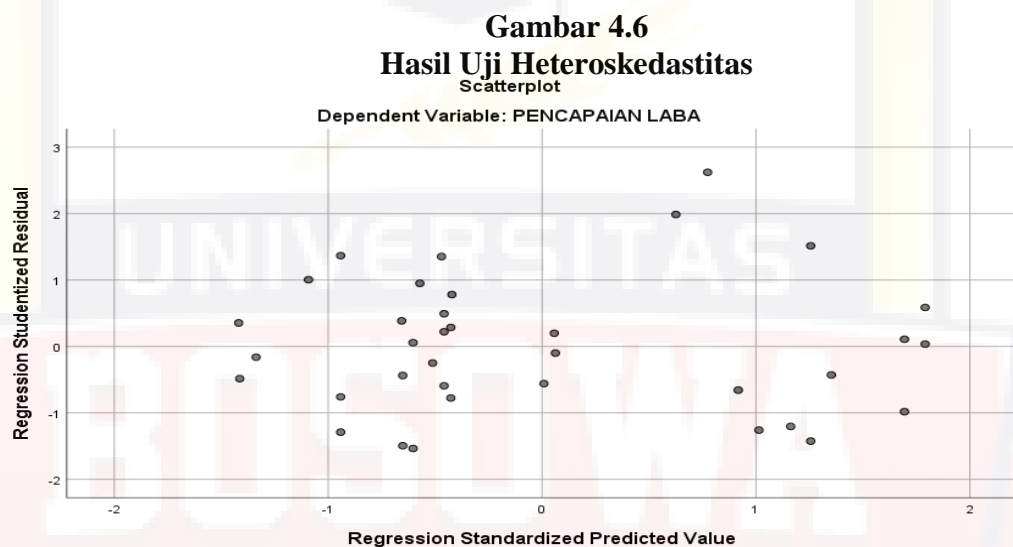
Hasil Pengujian Normal Probability-Plot



Sumber: Data sekunder diolah dengan program SPSS 26 (2020)

Grafik normal Histogram dan P-Plot pada gambar 4.5 menunjukkan bahwa persebaran titik data disekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya. Variabel-variabel dalam penelitian ini dinyatakan memenuhi uji normalitas.

4.3.1.2 Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data sekunder diolah dengan program SPSS 26 (2020)

Berdasarkan gambar 4.6 diatas dapat diketahui bahwa varian dari residual antara pengamatan yang satu dengan pengamatan lainnya tidak membentuk pola tertentu. Pola yang tidak jelas tersebut dilihat dari titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0. Maka dari itu dapat disimpulkan data dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas karena titik pada gambar diatas menyebar diatas dan dibawah 0, serta tidak membentuk pola tertentu.

4.3.1.3 Uji Multikolinieritas

Table 4.1

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a								
Model		Unstandardized		Standardize	t	Sig.	Collinearity	
		Coefficients		d			Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF
1	(Constant	3354.791	1838281.30		.002	.999		
)		8					
	Penjualan	.724	.131	1.648	5.516	.000	.129	7.762
	Pembelian	-.706	.207	-1.018	-3.406	.002	.129	7.762

a. Dependent Variable: pencapaian laba

Sumber: Data sekunder diolah dengan program SPSS 26 (2020)

Nilai tolerance yang lebih dari 0,1 dari tabel 4.1 output uji multikolinieritas di atas menunjukkan bahwa kedua variabel bebas dalam model regresi ini tidak saling berhubungan satu sama lain. Kesimpulan tersebut juga dikuatkan oleh nilai VIF yang kurang dari 10.

4.3.1.4 Uji Autokorelasi

Tabel 4.2
Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	159742.64866
Cases < Test Value	18
Cases >= Test Value	18
Total Cases	36
Number of Runs	16
Z	-.845
Asymp. Sig. (2-tailed)	.398

a. Median

Sumber: Data sekunder diolah dengan program SPSS 26 (2020)

Dari hasil uji *Run Test* di atas diketahui bahwa nilai Asymp. Sig 0,398 > 0,05 sehingga disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengukur seberapa kuat hubungan diantara sistem informasi akuntansi penjualan dan sistem informasi akuntansi pembelian terhadap pencapaian laba. Persamaan regresi linier berganda dalam dalam penelitian ini ialah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Pencapaian Laba

a = Konstanta Regresi

b_1, b_2 = Koefisien determinasi

X_1 = Sistem Informasi Akuntansi Penjualan

X_2 = Sistem Informasi Akuntansi Pembelian

e = Error

Di bawah ini adalah hasil analisis oleh SPSS:

Tabel 4.3
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized		Standardize	t	Sig.	Collinearity	
		Coefficients		d			Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Toleranc	VIF
1	(Constant)	3354.791	1838281.308		.002	.999		
	Penjualan	.724	.131	1.648	5.516	.000	.129	7.762
	Pembelian	-.706	.207	-1.018	-3.406	.002	.129	7.762

a. Dependent Variable: pencapaian laba

Sumber: Data sekunder diolah dengan program SPSS 26 (2020)

Berdasarkan hasil uji SPSS di atas, persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = (3.354,791) + 0,724X_1 - 0,706X_2$$

1. Konstan = 3.354,791

Nilai konstanta menunjukkan hasil yang positif, berarti variabel independen (sistem informasi akuntansi penjualan dan sistem informasi akuntansi pembelian) berpengaruh terhadap variabel dependen (pencapaian laba). Apabila variabel independen naik, maka pencapaian laba kotor akan naik juga.

2. Sistem Informasi Akuntansi Penjualan (X1) = 0,724

Nilai koefisien regresi variabel sistem informasi akuntansi penjualan (X1) yang menunjukkan hasil positif terhadap variabel pencapaian laba (Y) mengartikan bahwa, jika sistem informasi akuntansi penjualan mengalami peningkatan maka pencapaian laba akan ikut naik sebesar 0,724 atau 72,4%. Koefisien bernilai positif berarti bahwa jika terjadi peningkatan pada sistem informasi akuntansi penjualan maka pencapaian laba akan ikut meningkat.

3. Sistem Informasi Akuntansi Pembelian (X2) = - 0,706

Nilai koefisien regresi variabel sistem informasi akuntansi pembelian (X2) menunjukkan hasil negative terhadap variabel pencapaian laba (Y) dapat diartikan bahwa jika sistem informasi akuntansi pembelian mengalami penurunan maka pencapaian laba juga ikut mengalami penurunan. Koefisien bernilai negatif berarti bahwa jika terjadi penurunan pada sistem informasi akuntansi pembeli maka pencapaian laba akan ikut menurun.

4.3.2.1 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis Tujuan dilakukannya uji hipotesis adalah untuk menguji kebenaran suatu asumsi (hipotesa) secara statistic agar dapat ditarik kesimpulan apakah nilai signifikansi yang dihasilkan SPSS dapat menerima atau menolak hipotesis tersebut.

4.3.2.1.1 Uji t

Tabel 4.4
Hasil Uji t

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3354.791	1838281.308		.002	.999		
	penjualan	.724	.131	1.648	5.516	.000	.129	7.762
	pembelian	-.706	.207	-1.018	-3.406	.002	.129	7.762

a. Dependent Variable: pencapaian laba

Sumber: Data sekunder diolah dengan program SPSS 26 (2020)

Berdasarkan Hasil uji t di atas menunjukkan bahwa ada dua hipotesis yang diteliti yaitu:

- a. H1 = sistem informasi akuntansi penjualan (X1) berpengaruh signifikan secara individu terhadap pencapaian laba (Y).

- b. H2 = sistem informasi akuntansi pembelian (X2) berpengaruh signifikan secara individu terhadap pencapaian laba (Y).

Mengetahui apakah pengaruh di atas signifikan atau tidak akan dilakukan pengujian terhadap nilai koefisien regresi variabel sistem informasi akuntansi penjualan (X1). Berikut ini adalah hipotesis dalam uji t pertama:

- a. Ho = sistem informasi akuntansi penjualan (X1) tidak berpengaruh terhadap pencapaian laba (Y) secara signifikan.
- b. H1 = sistem informasi akuntansi penjualan (X1) berpengaruh terhadap pencapaian laba (Y) secara signifikan.

Berdasarkan nilai *output* SPSS maka hasil dari pengambilan keputusan hipotesis uji t pertama adalah H1 diterima dan Ho ditolak artinya adalah sistem informasi akuntansi penjualan (X1) berpengaruh terhadap pencapaian laba secara signifikan karena nilai signifikansinya 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05.

Berikutnya adalah pengujian terhadap nilai koefisien regresi variabel sistem informasi akuntansi pembelian (X2). Di bawah ini adalah hipotesis dalam uji t kedua:

- a. Ho = sistem informasi akuntansi pembelian (X2) tidak berpengaruh terhadap pencapaian laba (Y) secara signifikan.
- b. H2 = sistem informasi akuntansi pembelian (X2) berpengaruh terhadap pencapaian laba (Y) secara signifikan.

Melihat nilai signifikansi dalam tabel 4.4 yaitu sebesar 0,002 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Pengambilan keputusan dari hipotesis uji t kedua adalah H2 diterima dan Ho ditolak. Kesimpulan tersebut dapat diartikan bahwa sistem

informasi akuntansi pembelian (X2) berpengaruh terhadap pencapaian laba (Y) secara signifikan.

4.3.2.1.2 Uji f

Uji f diterapkan untuk mengetahui apakah variabel beban mempengaruhi variabel terikat secara bersama – sama atau justru sebaliknya. Berdasarkan dasar pengambilan keputusan, apabila nilai signifikansi dari output SPSS kurang dari 0,05, artinya adalah variabel bebas secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Namun apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 hal itu menunjukkan bahwa variabel bebas secara bersama – sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Berikut ini adalah hasil analisis yang dikeluarkan SPSS atas uji f:

Tabel 4.5
Hasil Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5556824154890	2	2778412077445	26.987	.000 ^b
		15.700		07.840		
	Residual	3397425782658	33	1029522964442		
		82.300		0.676		
	Total	8954249937548	35			
		98.000				

a. Dependent Variable: pencapaian laba

b. Predictors: (Constant), pembelian, penjualan

Sumber: Data sekunder diolah dengan program SPSS 26 (2020)

Menurut dasar pengambilan keputusan menggunakan nilai signifikansi, nilai uji f dalam tabel di atas sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil daripada 0,05 dapat di Tarik kesimpulan bahwa sistem informasi akuntansi penjualan dan sistem informasi akuntansi pembelian secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap pencapaian laba.

Diketahui f_{hitung} sebesar 26.987 dan dengan tingkat signifikan sebesar 0,000.

$f_{tabel} = f(k; n-k) = f(2; 36-2) = f(2; 34) = 3.28$. Berdasarkan hasil tersebut $f_{hitung} 26.987 > f_{tabel} 3.28$, maka variabel Sistem Informasi Akuntansi Penjualan (X_1) dan Sistem Informasi Akuntansi Pembelian (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Pencapaian Laba (Y).

4.3.2.1.3 Uji r

Tabel 4.6
Hasil Uji r

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.788 ^a	.621	.598	3208618.02719

a. Predictors: (Constant), pembelian, penjualan

b. Dependent Variable: pencapaian laba

Sumber: Data sekunder diolah dengan program SPSS 26 (2020)

Nilai R adalah 0,788 dari nilai pencapaian laba yang menjelaskan nilai korelasi. Hasil tersebut diperoleh koefisien determinasi (R square) sebesar 0,788 dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah 78,8%

4.4 Ringkasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. Grafik normal Histogram dan P-Plot menunjukkan bahwa persebaran titik data disekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya. Variabel-variabel dalam penelitian ini dinyatakan memenuhi uji normalitas.
2. Berdasarkan *output* SPSS dapat diketahui bahwa varian dari residual antara pengamatan yang satu dengan pengamatan lainnya tidak membentuk pola tertentu. Pola yang tidak jelas tersebut dilihat dari titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0. Kesimpulan data dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas karena titik pada gambar diatas menyebar diatas dan dibawah 0, serta tidak membentuk pola tertentu.
3. Nilai tollerance yang lebih dari 0,1 dari tabel 3 output uji multikolineritas di atas menunjukkan bahwa kedua variabel bebas dalam model regresi ini tidak saling berhubungan satu sama lain. Kesimpulan tersebut juga dikuatkan oleh nilai VIF yang kurang dari 10.

4. Hasil uji *Run Test* di atas diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig* $0,398 > 0,05$ sehingga disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

5. Berdasarkan hasil uji SPSS pada persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = (3.354,791) + 0,724X_1 - 0,706X_2$$

$$\text{Sistem Informasi Akuntansi Penjualan (X}_1\text{)} = 0,724$$

Koefisien bernilai positif berarti bahwa jika terjadi peningkatan pada sistem informasi akuntansi penjualan maka pencapaian laba akan ikut meningkat.

$$\text{Sistem Informasi Akuntansi Pembelian (X}_2\text{)} = - 0,706$$

Nilai koefisien regresi variabel sistem informasi akuntansi pembelian (X₂) menunjukkan hasil negative terhadap variabel pencapaian laba (Y) dapat diartikan bahwa jika sistem informasi akuntansi pembelian mengalami penurunan maka pencapaian laba juga ikut mengalami penurunan.

6. Berdasarkan nilai *output* SPSS maka hasil dari pengambilan keputusan hipotesis uji t pertama adalah H₁ diterima dan H₀ ditolak artinya adalah sistem informasi akuntansi penjualan (X₁) berpengaruh terhadap pencapaian laba secara signifikan karena nilai signifikansinya 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05.

7. Melihat nilai signifikansi dalam tabel 4.4 yaitu sebesar 0,002 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Pengambilan keputusan dari hipotesis uji t kedua adalah H₂ diterima dan H₀ ditolak. Kesimpulan tersebut dapat diartikan

bahwa sistem informasi akuntansi pembelian (X_2) berpengaruh terhadap pencapaian laba (Y) secara signifikan.

8. $f_{\text{tabel}} = f(k; n-k) = f(2; 36-2) = f(2; 34) = 3.28$. Berdasarkan hasil tersebut $f_{\text{hitung}} 26.987 > f_{\text{tabel}} 3.28$ maka variabel Sistem Informasi Akuntansi Penjualan (X_1) dan Sistem Informasi Akuntansi Pembelian (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Pencapaian Laba (Y).
9. Nilai R adalah 0,788 dari nilai pencapaian laba yang menjelaskan nilai korelasi. Hasil tersebut diperoleh koefisien determinasi (R square) sebesar 0,788 dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah 78,8%

BOSOWA



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh sistem informasi akuntansi penjualan dan pembelian terhadap pencapaian laba di PT Prakarsa Mitra Solusindo dapat ditarik kesimpulan antara lain:

1. Sistem informasi akuntansi penjualan dan pembelian berpengaruh terhadap pencapaian laba secara parsial.
2. Sistem informasi akuntansi penjualan dan pembelian berpengaruh terhadap pencapaian laba atau mempengaruhi variabel terikat secara bersama - sama.

Pencapaian laba yang diperoleh perusahaan dapat digunakan untuk mengukur baik atau buruknya sistem informasi akuntansi penjualan dan sistem informasi akuntansi pembelian dalam mengelola segala sumber daya yang dimiliki perusahaan. Sistem informasi akuntansi penjualan dan pembelian memiliki peran penting dalam pencapaian laba dan pentingnya verifikasi semua aktivitas penjualan dan pembelian untuk menghindari kecurangan (*Fraud*).

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan di dalam poin sebelumnya, maka peneliti mengajukan saran – saran di bawah ini:

1. Saran untuk objek penelitian

PT Prakarsa Mitra Solusindo diharapkan untuk lebih memperhatikan sistem informasi akuntansi pembelian terutama pada persediaan sebab dengan pengelolaan persediaan yang baik akan memberikan dampak baik terhadap penjualan sehingga pencapaian laba diharapkan dapat meningkat dari tahun sebelumnya.

Persediaan persediaan barang dagang pada PT Prakarsa Mitra Solusindo estimasikan untuk persediaan per 2 bulan saja karna unit *security system* biasanya *update fitur* pada dalam waktu 1 atau 2 bulan. Apabila PT Prakarsa Mitra Solusindo terlalu banyak menyetok persediaan barang dagang akan mengakibatkan kesulitan dalam menjual.

2. Saran untuk penelitian selanjutnya

Penelitian ini menggunakan data perbulan sebanyak 36 bulan untuk menganalisis pengaruh sistem informasi akuntansi penjualan dan pembelian terhadap pencapaian laba pada PT Prakarsa Mitra Solusindo, sebaiknya peneliti selanjutnya menambah jumlah data dan menggunakan data pertahun dalam menganalisis pengaruh sistem informasi akuntansi penjualan dan pembelian terhadap pencapaian laba agar memberikan hasil lebih kredibel dan luas.

DAFTAR PUSTAKA

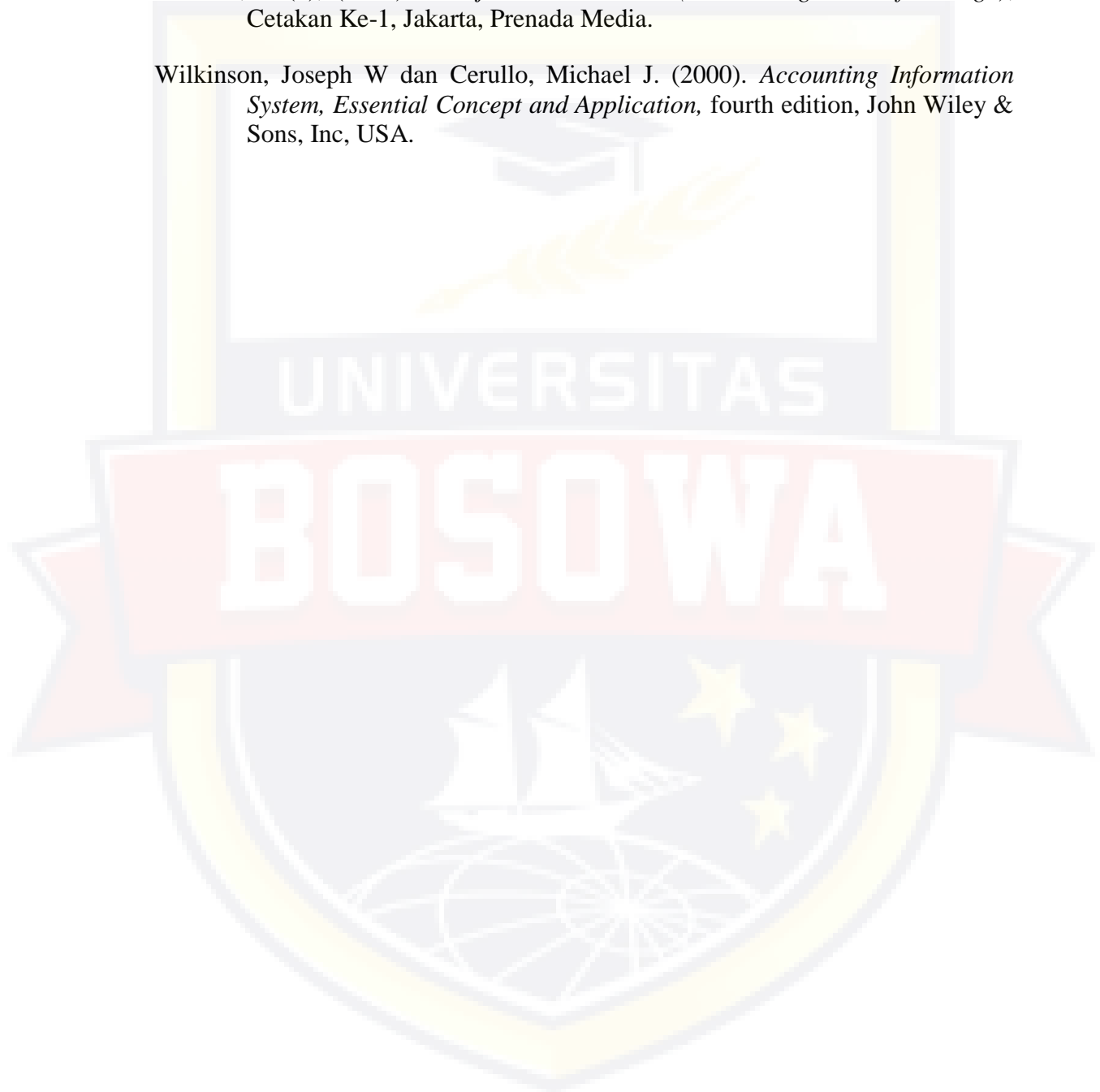
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Depok : PT Raja Grafindo Persada.
- Adreas. (2006). *Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Terhadap Penurunan Tingkat Piutang Tak Tertagih*. Universitas Widyatama.
- A. Hall. James. (2001), *Sistem Informasi Akuntansi*. Edisi Ketiga: Salemba Empat.
- Aliminsyah. (2003). *Kamus istilah keuangan dan perbankan*. Bandung: Yrama Widya.
- Arief. (2003). *Evaluasi sistem informasi akuntansi penjualan untuk meningkatkan efektivitas pengendalian internal pada CV "X"*. Skripsi, Malang: Universitas Brawijaya.
- Azhar Susanto. (2013). *Sistem Informasi Akuntansi*. Bandung: Lingga Jaya
- Azhar susanto.(2004). *Sistem Informasi Akuntansi I : Pendekatan Manual Pratika Penyusunan Metode dan Prosedur*. Edisi Kedelapan: Bandung.
- Basu Swasta. (2000). *Dasar - Dasar Marketing*. Yogyakarta : Liberty
- Basu Swastha. (2001). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: BPFE.
- Bodnar, George H. and William S. Hopwood, (2010). *Accounting Information System. 10th edition*. United State Of America: Pearson Education Inc
- Gunawan, Kaberet. (2010) *Ekonomi Mikro*. Penerbit: Nora Media Enterprise. Kudus.
- Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2010). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers,
- Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Krismaji, (2015), *Sistem Informasi Akuntansi*, Edisi Keempat, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta.
- Kusnadi. (2000). *Akuntansi Keuangan Menengah (Prinsip, Prosedur, dan Metode)*. Edisi Keduapuluhsatu. Jakarta: Salemba Empat.

- Philip Kotler, (2002). *Manajemen Pemasaran (Edisi Millenium, Jilid 2)*. PT Prenhallindo, Jakarta
- Mulyadi. (2016). *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyadi. (2008). *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Naiggolan, Esrawati.(2014). <http://cewe-batak.blogspot.com/2014/11/flowchart-siklus-penjualan-tunai-dan.html>. (diakses tanggal 14 Juli 2020)
- Oram, Allan. (2005). *Sistem Informasi Akuntansi 1*. Jakarta: Grasindo.
- Prastiwi, Endah. (2017). <http://endahprasti.blogspot.com/2017/12/makalah-analisis-pemaksimalan-laba.html>. (diakses tanggal 20 Juli 2020)
- PRASETIYATI, D.; Halim, A.; Dianawati, E. (2016). *ANALISIS SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PENJUALAN KREDIT DI PT EKA TIMUR RAYA PURWODADI PASURUAN*. *JRMA* , 4.
- Rachmawati, Ernita. (2018). *Pengaruh Kinerja Pembelian dan Penjualan Terhadap Pencapaian Laba Kotor*. FEB Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Romney, Marshall B. dan Paul John Steinbart. (2015). *Sistem Informasi Akuntansi*, Edisi 13, alihbahasa: Kikin Sakinah Nur Safira dan Novita Puspasari, Salemba Empat, Jakarta.
- Romney, Marshall B. dan Paul John Steinbart. (2005). *Accounting Information System*. di Indonesiakan oleh Dewi Fitriyani & Deny Amos Kwary, Jakarta : Salemba Empat.
- Statistikian. Uji Normalitas Pada SPSS. <https://www.statistikian.com/2013/02/ujinormalitas-pada-spss.html>. Diakses pada 4 Juli 2018.
- Susanto, Azhar. (2008). *Sistem Informasi Akuntansi, Struktur Pengendalian Resiko Pengembangan*. Bandung.
- Soemarso. (2010). *Akuntansi Suatu Pengantar*. Edisi 5. Cetakan keenam. Jakarta: Rineka Cipta.
- S R, Soemarso. (2009). *Akuntansi Suatu Pengantar*. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.


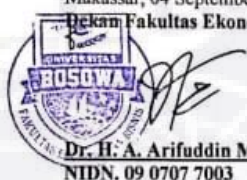
Twins, Onega.(2012). <http://evatwin.blogspot.com/2012/04/siklus-pembelian-kredit-perusahaan-ke.html>. (diakses tanggal 14 Juli 2020)

Winardi, J. (2), (2005). *Manajemen Perubahan (The Management of Change)*, Cetakan Ke-1, Jakarta, Prenada Media.

Wilkinson, Joseph W dan Cerullo, Michael J. (2000). *Accounting Information System, Essential Concept and Application*, fourth edition, John Wiley & Sons, Inc, USA.



Lampiran 1
Surat Penelitian

	<p>UNIVERSITAS BOSOWA</p> <p>FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS</p> <p>Jalan Urip Sumoharjo Km. 4 Gd. 1 Lt. 6, Makassar-Sulawesi Selatan 90231 Telp. 0411 452 901 – 452 789 Ext. 125, Faks. 0411 424 568 http://www.universitasbosowa.ac.id</p>
Nomor	: A/1296 /FEB/UNIBOS/IX/2020
Lampiran	: -
Hal	: <u>Izin dan Permohonan Pengambilan Data Penelitian</u>
Kepada Yth	
PT Prakarsa Mitra Solusindo Makassar	
Di -	
Tempat	
Disampaikan dengan hormat, bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bosowa Makassar :	
Nama	: Risky
Stambuk	: 4516013112
Program Studi	: Akuntansi
No.Tlp/Hp	: 088744073160 /081341812771
Akan melakukan Penelitian dengan Judul :	
“Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan dan Pembelian terhadap Pencapaian Laba”.	
Sehubungan dengan hal tersebut di atas, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menerima/mengizinkan mahasiswa tersebut melakukan penelitian pada Perusahaan/Instansi/Lembaga/Organisasi yang Bapak/Ibu pimpin.	
Demikian surat kami, atas bantuan yang diberikan, diucapkan terima kasih.	
Makassar, 04 September 2020	
 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Dr. H. A. Arifuddin Mane, SE., SH., M.Si., MH. NIDN. 09 0707 7003	
Tembusan :	
1. Rektor Universitas Bosowa	
2. Arsip	

Lampiran 2
Surat Keterangan Penelitian

	Jl. Gunung Merapi No.8 Tlp. (0411) 8942362, Makassar www.prakarsamitrasolusindo.co.id administrasi@prakarsamitrasolusindo.co.id
SURAT KETERANGAN 001/PRAMS/SKTRN/IX/2020	
Perihal: Surat keterangan telah melakukan penelitian	
Kpd Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univeristas Bosowa Makassar	
di- Makassar	
Yang bertanda tangan dibawah ini, Direktur Utama PT. Prakarsa Mitra Solusindo, menerangkan bahwa:	
Nama	: Risky
Stambuk	: 4516013112
Universitas	: Universitas Bosowa Makassar
Judul Penelitian	: Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan dan Pembelian Terhadap Pencapaian Laba
Bahwa nama tersebut di atas telah melakukan pengambilan data dan penilitian di PT. Prakarsa Mitra Solusindo pada tanggal 07 September s.d. 24 September 2020	
Demikian surat ini kami buat dengan sebenarnya agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.	
Makassar 30 September 2020	
 PT. PRAKARSA MITRA SOLUSINDO Erick Prakarsa Wibowo Direktur Utama	

Lampiran 3
Data Tahun 2017

PT PRAKARSA MITRA SOLUSINDO			
TAHUN 2017			
BULAN	PENJUALAN	PEMBELIAN	PENCAPAIAN LABA
JANUARI	Rp17,000,000	Rp6,800,000	Rp8,456,000
FEBRUARI	Rp45,673,000	Rp23,400,000	Rp12,345,000
MARET	Rp35,000,000	Rp15,000,000	Rp15,000,000
APRIL	Rp35,650,000	Rp15,250,000	Rp15,000,000
MEI	Rp23,000,000	Rp11,024,000	Rp8,654,000
JUNI	Rp37,340,000	Rp18,000,000	Rp9,639,000
JULI	Rp46,240,000	Rp25,000,000	Rp20,363,000
AGUSTUS	Rp23,000,000	Rp10,000,000	Rp8,440,000
SEPTEMBER	Rp36,000,000	Rp13,000,000	Rp23,366,000
OKTOBER	Rp35,000,000	Rp12,000,000	Rp15,000,000
NOPEMBER	Rp24,000,000	Rp12,000,000	Rp9,650,000
DESEMBER	Rp23,000,000	Rp12,000,000	Rp8,650,000

Lampiran 4
Data Tahun 2018

PT PRAKARSA MITRA SOLUSINDO			
TAHUN 2018			
BULAN	PENJUALAN	PEMBELIAN	PENCAPAIAN LABA
JANUARI	47,255,000	19,263,000	23,992,000
FEBRUARI	49,657,000	15,670,090	27,986,910
MARET	23,000,000	22,000,000	8,432,300
APRIL	36,000,000	14,000,000	19,000,000
MEI	23,000,000	15,000,000	7,000,000
JUNI	67,230,000	16,000,000	25,900,000
JULI	56,000,000	13,000,000	40,525,000
AGUSTUS	23,000,000	12,000,000	11,000,000
SEPTEMBER	36,000,000	23,000,000	13,374,000
OKTOBER	24,135,000	22,000,000	6,135,000
NOPEMBER	26,560,789	21,000,000	6,560,789
DESEMBER	32,125,600	23,000,000	6,125,000
	Rp443,963,389	Rp215,933,090	196,030,999.00

Lampiran 5
Data Tahun 2019

PT PRAKARSA MITRA SOLUSINDO			
TAHUN 2019			
BULAN	PENJUALAN	PEMBELIAN	PENCAPAIAN LABA
JANUARI	Rp46,250,000	Rp26,000,000	Rp21,250,000
FEBRUARI	Rp45,000,000	Rp22,000,000	Rp24,000,000
MARET	Rp34,000,000	Rp14,000,000	Rp18,000,000
APRIL	Rp33,000,000	Rp15,000,000	Rp4,425,000
MEI	Rp66,785,600	Rp16,000,000	Rp44,785,600
JUNI	Rp76,890,988	Rp13,000,000	Rp63,890,988
JULI	Rp23,000,000	Rp12,000,000	Rp8,000,000
AGUSTUS	Rp36,000,000	Rp23,000,000	Rp12,000,000
SEPTEMBER	Rp34,567,670	Rp22,000,000	Rp10,044,970
OKTOBER	Rp56,786,500	Rp21,000,000	Rp29,786,500
NOPEMBER	Rp43,789,500	Rp15,000,000	Rp28,789,500
DESEMBER	Rp23,000,000	Rp16,000,000	Rp4,000,000

BOSUWA



Lampiran 6

Tabel t

d.f.	TINGKAT SIGNIFIKANSI						
	20%	10%	5%	2%	1%	0,2%	0,1%
dua sisi	20%	10%	5%	2%	1%	0,2%	0,1%
satu sisi	10%	5%	2,5%	1%	0,5%	0,1%	0,05%
1	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657	318,309	636,619
2	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	22,327	31,599
3	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	10,215	12,924
4	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	7,173	8,610
5	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	5,893	6,869
6	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	5,208	5,959
7	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	4,785	5,408
8	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	4,501	5,041
9	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	4,297	4,781
10	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	4,144	4,587
11	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	4,025	4,437
12	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	3,930	4,318
13	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	3,852	4,221
14	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	3,787	4,140
15	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	3,733	4,073
16	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	3,686	4,015
17	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	3,646	3,965
18	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	3,610	3,922
19	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	3,579	3,883
20	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	3,552	3,850
21	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	3,527	3,819
22	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	3,505	3,792
23	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	3,485	3,768
24	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	3,467	3,745
25	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	3,450	3,725
26	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	3,435	3,707
27	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	3,421	3,690
28	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	3,408	3,674
29	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	3,396	3,659
30	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	3,385	3,646
31	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744	3,375	3,633
32	1,309	1,694	2,037	2,449	2,738	3,365	3,622
33	1,308	1,692	2,035	2,445	2,733	3,356	3,611
34	1,307	1,691	2,032	2,441	2,728	3,348	3,601
35	1,306	1,690	2,030	2,438	2,724	3,340	3,591
36	1,306	1,688	2,028	2,434	2,719	3,333	3,582
37	1,305	1,687	2,026	2,431	2,715	3,326	3,574
38	1,304	1,686	2,024	2,429	2,712	3,319	3,566

Lampiran 7

Tabel f

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.48	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89