

EVALUASI SISTEM PENJUALAN PADA CV. KANTI MOTOR MULYA AGUNG

Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen AMKOP Palembang
Rikkie Dekas
rikkie.dekas@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the Evaluation of the Sales System at CV. Kanti Motor Mulya Agung. This research was conducted at CV. Kanti Motor Mulya Agung. This study uses quantitative methods and Case Studies. In terms of sales volume, the highest sales volume is the leasing sales system of the total sales volume in 2017, while the lowest sales volume is the sales system in 2014. This is probably due to the decline in rubber prices at Pangkalan Balai where the livelihoods of most residents is as a rubber farmer so that in 2014 the sales volume was low.

Judging from sales turnover, the biggest sales turnover during 2017 at the CV Showroom. Kanti Motor Mulya Agung is a credit and cash sales system that is Rp. 813,050,000, - and the lowest turnover was in 2014, namely from the credit and cash sales system, which amounted to Rp.568,500,000. This happened because cash sales of cash income were obtained directly, while for credit sales and leasing, although the sales volume is greater than cash sales, but the income is not directly in a certain period.

This means that the Sales System Evaluation is very CV. Kanti Motor Mulya Agung.

Keywords: Evaluation, sales system.

PENDAHULUAN

Sarana transportasi telah menjadi bagian yang penting dalam kehidupan manusia pada zaman modern seperti sekarang ini. Hal ini dikarenakan transportasi merupakan sarana utama bagi manusia dalam kehidupan sehari-hari untuk bergerak dan berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya dengan cepat. Seiring dengan perkembangan teknologi dan pembangunan yang ada di segala bidang, saat ini perkembangan sarana transportasi mengalami perkembangan yang pesat. Mulai dari sarana transportasi yang sangat sederhana sebelum tahun 1990 sampai sarana transportasi yang mewah yang banyak dilihat di abad 21 ini. Sepeda motor merupakan salah satu bentuk sarana transportasi darat yang sudah banyak dimiliki

oleh masyarakat (Zulkifli, 2010).

Pada persaingan bisnis yang semakin tajam di era globalisasi, perusahaan dihadapkan pada tantangan yang lebih berat. Perusahaan dituntut lebih kreatif untuk memanfaatkan peluang yang ada. Salah satu usaha yang dapat dilakukan adalah dengan mengetahui apa yang menjadi penyebab dari peningkatan penjualan. Perubahan lingkungan yang senantiasa terjadi dalam proses perkembangan suatu daerah, secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi kehidupan dan tata ekonominya, cara-cara pemasaran dan perilaku manusia-manusianya. Salah satu tujuan kegiatan pemasaran adalah berusaha mempengaruhi konsumen agar membeli produk yang ditawarkan. Dengan kata lain pemahaman terhadap perilaku konsumen merupakan salah satu faktor dasar yang diperlukan untuk menyusun strategi pemasaran.

Kendaraan (sepeda motor) merupakan alat transportasi yang praktis dan efisien, tapi sekarang fungsi sepeda motor juga bisa untuk menunjukkan kelas sosial seseorang (*prestige*). Perkembangan teknologi yang semakin canggih dan semakin cepat dari tahun ke tahun khususnya dalam hal otomotif menimbulkan persaingan yang ketat diantara produk-produk tersebut. Hal ini disebabkan, karena beberapa bulan sekali pabrikan sepeda motor dari berbagai merek mengeluarkan model baru yang mempunyai keunggulan masing-masing. Tapi seiring meningkatnya kebutuhan manusia, menyebabkan adanya opsi kedua guna mengurangi pengeluaran.

Salah satunya adalah dengan membeli barang second, yang harganya lebih terjangkau tapi kualitasnya masih bagus. Saat ini salah satu usaha barang second (bekas) yang sedang berkembang adalah jual-beli sepeda motor bekas. Showroom motor second, menjadi pilihan konsumen untuk mencari kendaraan sesuai dengan kebutuhan. Showroom motor second biasanya menyediakan sepeda motor dari berbagai merek, dan tentunya harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan harga barunya. Showroom motor second, menjadi pilihan alternatif oleh para konsumen guna mendapatkan sepeda motor dengan harga miring dan berkualitas. Salah satu showroom sepeda motor *second* yang ada di Banyuasin yaitu CV. Kanti Motor, yang menyediakan sepeda motor bekas dari berbagai merek dengan

kualitas yang menjanjikan.

Keinginan untuk memiliki kendaraan juga dipicu oleh kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh pihak showroom maupun biro-biro leasing untuk kredit sepeda motor dengan proses yang sangat cepat. Sehingga tidak mengherankan apabila pemilik sepeda motor setiap tahunnya mengalami peningkatan. Apalagi dengan adanya sistem penjualan secara kredit dengan angsuran murah yang semakin membuat masyarakat menambah minat konsumen untuk membeli sepeda motor. Salah satu pemecahan masalah untuk menjawab tantangan perkembangan jaman sekarang ini agar dapat hidup adalah mendirikan sebuah usaha yang bisa digeluti. Dalam menjalankan sebuah usaha, tentunya kita harus mempunyai tujuan tertentu yang akan dicapai yaitu bagaimana usaha kita dapat terus berjalan, berkembang sehingga mendapatkan keuntungan memuaskan.

Tujuan perusahaan umumnya ada 3 (tiga) yaitu mencapai tujuan volume penjualan tertentu, mendapatkan laba tertentu dan menunjang pertumbuhan perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan harus dapat menilai kebutuhan konsumen dan daya beli mereka. Dalam perusahaan yang berkonsentrasi pada pasar, perusahaan harus mengetahui apakah yang diinginkan oleh konsumen dan bagaimana cara memenuhi kebutuhan mereka dengan sebaik mungkin sehingga kebutuhan konsumen dapat tercapai dan perusahaan juga dapat berjalan terus dengan mendapat keuntungan yang memuaskan.

Dalam proses pemasaran suatu produk, perusahaan tiap kali mengalami berbagai tantangan dan tingkat persaingan yang cukup ketat sehingga perusahaan dituntut agar mampu mengatasi masalah-masalah dan tantangan tersebut. Salah satu usaha yang dapat dilakukan adalah memberikan koordinasi manajemen yang baik terhadap faktor-faktor penjualan dan sumber daya manusia yang dimanfaatkan untuk menunjang kemajuan usaha tersebut.

Salah satu usaha yang mengalami peningkatan penjualan dari tahun ke tahun adalah penjualan sepeda motor, bahkan penjualan sepeda motor di Indonesia merupakan yang terbesar ketiga setelah Cina dan India. Banyak orang di Indonesia ini yang lebih mengutamakan membeli sepeda motor daripada membeli sebuah rumah, apalagi fasilitas transportasi umum di Indonesia ini belum

cukup memadai, sehingga penjualan sepeda motor dari tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan dan merek serta jenisnya pun semakin beragam, dari merek Jepang, Cina sampai India, dengan model yang bermacam-macam juga tentunya.

Peningkatan penjualan sepeda motor di Indonesia berdampak dengan banyak bermunculannya perusahaan-perusahaan penjualan sepeda motor tanpa kecuali di Kabupaten Banyuasin yang salah satunya adalah Showroom CV. Kanti Motor Kelurahan Mulya Agung yang merupakan Showroom yang menjual sepeda motor seperti Honda, Yamaha dan Suzuki dan juga mobil seperti Kijang, Avanza, dan lain-lain. Showroom ini bergerak pada bidang jual beli dan tukar tambah yang melayani penjualan secara cash dan kredit.

Kehadiran CV. Kanti Motor di Mulya Agung diharapkan dapat membantu konsumen dalam memilih alat transportasi khususnya sepeda motor bekas yang sesuai dengan daya beli dan kebutuhan konsumen. Harga sepeda motor relatif tinggi sehingga banyak dari konsumen yang tidak mampu membeli secara tunai, sehingga CV. Kanti Motor selain memberikan pelayanan penjualan secara tunai, juga melayani penjualan secara kredit dan penjualan secara leasing. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk memberikan judul penelitian ini **“EVALUASI SISTEM PENJUALAN PADA CV. KANTI MOTOR MULYA AGUNG”**

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Sistem

Pengertian Sistem Hall (2009:6), sistem adalah sekelompok, dua atau lebih komponen yang saling berkaitan yang bersatu untuk mencapai tujuan yang sama.

Pada dasarnya rangkaian unsur dalam suatu sistem meliputi:



Sumber: Mardi, 2011. Gambar 1. Rangkaian Unsur Dalam Sistem

Pengertian Informasi

Romney (2006:11), informasi adalah data yang telah diatur dan diproses memberikan arti. Menurut Krismiaji (2010:15), informasi adalah data yang telah diorganisasi, dan telah memiliki kegunaan dan manfaat.

Pengertian Akuntansi

Reeve, dkk (2009:9), mengatakan secara umum, akuntansi (*accounting*) dapat diartikan sebagai sistem informasi yang menyediakan laporan untuk para pemangku kepentingan mengenai aktivitas ekonomi dan kondisi perusahaan. Sistem Informasi Akuntansi

Krismiaji (2010:4), sistem informasi akuntansi adalah suatu sistem yang memproses data dan transaksi guna menghasilkan informasi yang bermanfaat untuk merencanakan, mengendalikan, dan mengoperasikan bisnis. Peran sistem informasi akuntansi secara umum adalah mengumpulkan dan menyimpan data tentang aktivitas dan transaksi dalam organisasi, membantu organisasi mengadopsi dan mempertahankan posisi strategis, memproses data menjadi informasi yang dapat digunakan dalam proses pengambilan keputusan. (Mardi, 2011:14)

Sistim Informasi Akuntansi Penjualan

Menurut Diana dan Setiawati (2011:98), proses bisnis dalam sebuah kegiatan penjualan antara lain meliputi : 1. Konsumen memesan barang. 2. Perusahaan mengirim barang yang dipesan ke konsumen. 3. Perusahaan mengirim tagihan ke konsumen. 4. Perusahaan menerima pelunasan kas dari konsumen. Diana dan Setiawati (2011:112), resiko dalam siklus penjualan anatara lain meliputi:

1. Menerima uang palsu dari pelanggan.
2. Kasir menggelapkan kas yang diterima dari pelanggan.
3. Perusahaan kehabisan stok, sehingga tidak bisa melayani pelanggan atau terlambat dalam melayani pelanggan, yang berakibat perusahaan beresiko kehilangan penjualan atau bahkan kehilangan pelanggan.

4. Lalai mengirim barang pesanan ke konsumen.
5. Mengirim produk yang tidak sesuai dengan yang dipesan oleh pelanggan (salah kirim produk).
6. Salah kirim jumlah produk.
7. Mengirim produk yang kualitasnya tidak bagus.
8. Mengirim produk ke konsumen yang salah.
9. Salah tagih pelanggan (bisa karena jumlah unit di faktur yang salah, atau karena jenis produk di faktur yang salah, atau bahkan tagihan dikirim ke alamat yang salah).
10. Lalai tidak menagih konsumen.
11. Data konsumen jatuh ke tangan pihak eksternal yang tidak dikehendaki (misalnya ketangan pesaing).
12. Kerusakan data. Data perusahaan bisa saja rusak karena virus, atau karena kerusakan hardware (misal hardisknya rusak).
13. *Lapping*. Kecurangan untuk mengambil uang yang diterima dari konsumen A, kemudian pada saat ada konsumen lain (misal konsumen B) yang membayar,

Penerimaan Kas

Menurut Krismiaji (2010:331), Departemen yang terlibat dalam kegiatan penerimaan kas adalah kasir, yaitu bagian yang berada dibawah departemen keuangan, yang bertugas menangani penerimaan kas dan penyetorannya ke bank, dan bagian piutang dagang, yaitu bagian yang berada dibawah manajer akuntansi dan bertugas untuk mencatat pelunasan piutang dari pelanggan. Pemisahan semacam ini cukup efektif memisahkan fungsi penjagaan dan pencatatan, sehingga mengurangi resiko pencurian kas. Karena kas dapat dicuri dengan mudah, maka kas tersebut perlu memperoleh perlindungan yang memadai. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah tidak memberikan wewenang bagi bagian piutang/ penagihan untuk memiliki akses fisik terhadap kas atau cek.

Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi perkembangan suatu perusahaan. Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Pemasaran merupakan suatu subjek bagi semua orang maupun dunia usaha pada segala masa dan merupakan salah satu bidang paling dinamis dalam manajemen, di mana kita semua hidup dengan menukarkan sesuatu serta menciptakan kepuasan kepada konsumen. Berhasil tidaknya pencapaian tujuan perusahaan tergantung pada ketepatan para pengambil keputusan dalam usahanya mengkombinasikan bidang pemasaran, produksi, keuangan, personalia, serta bidang terkait lainnya. Pemasaran diartikan sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang, jasa dalam rangka memuaskan tujuan individu dan organisasi (Chandra, 2008). Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2008) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain. Dalam konteks bisnis yang lebih sempit, pemasaran mencakup menciptakan hubungan pertukaran muatan nilai dengan pelanggan yang menguntungkan.

Strategi Pemasaran

Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar (David, 2006). Sedangkan menurut Hamel dan Prahalad dalam Umar (2005) menyatakan bahwa strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktifitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya dipasar sasaran tertentu (Chandra, 2005).

Menurut Kotler dan Amstrong (2008) rencana strategis menentukan keseluruhan misi dan tujuan perusahaan. Strategi pemasaran (marketing strategy) merupakan suatu logika pemasaran dimana perusahaan berharap untuk menciptakan nilai pelanggan dan mencapai hubungan yang menguntungkan.

Sedangkan menurut Sofyan Assauri (2008:168) strategi pemasaran adalah Serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah, Oleh karena itu, penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisa lingkungan dan internal perusahaan melalui analisa keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta analisa kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya

Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian-penelitian yang menjadi referensi dalam penelitian ini sebagai berikut :

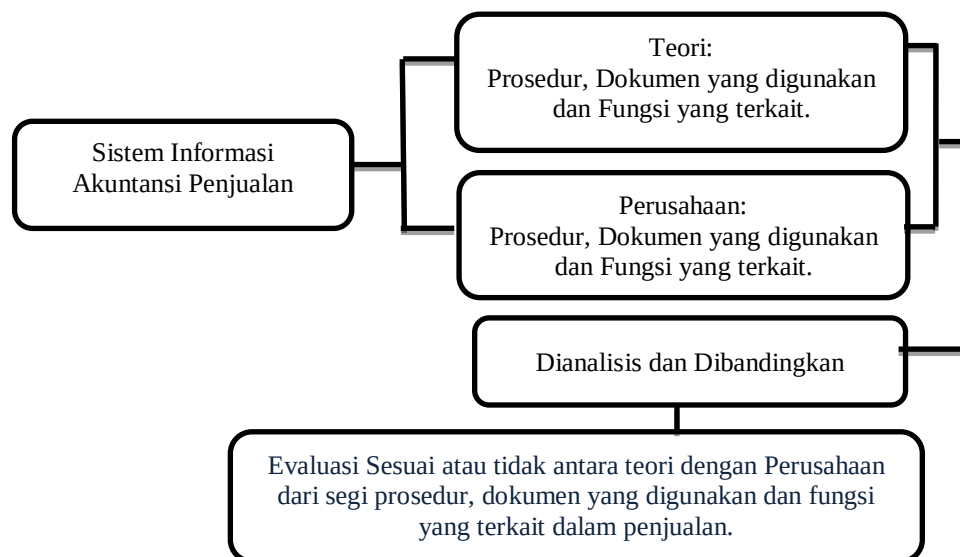
Pratitis Elya Fitria (2016), dengan judul penelitian “Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Kredit Ban Motor Pada PT. MMA di Surabaya” Kesimpulan Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti pada PT. MMA mengenai sistem informasi akuntansi penjualan kredit ban motor, maka kesimpulannya adalah: (1) Pada PT. MMA fungsi yang terkait dengan penjualan kredit tidak sesuai dengan teori. (2) Pada PT. MMA dokumen yang digunakan dalam penjualan kredit tidak sesuai dengan teori. (3) Pada PT.MMA prosedur dalam penjualan kredit tidak sesuai dengan teori. Saran Dalam skripsi ini peneliti memberikan saran kepada PT MMA yaitu sebagai berikut: (1) Agar perusahaan menerapkan prosedur penjualan kredit sesuai dengan teori agar proses penjualan kredit, penagihan, pencatatan piutang dan pencatatan retur penjualan dapat berjalan dengan baik. (2) Agar perusahaan menambah sumber daya manusia sehingga dalam penjualan kredit ada penambahan fungsi seperti fungsi kredit dan fungsi penagihan dan tidak terjadi perangkapan fungsi sehingga bisa berjalan

dengan baik. (3) Agar perusahaan menerapkan desain dokumen yang diolah peneliti sesuai dengan teori agar proses penjualan kredit dapat terotorisasi dengan baik.

Juliana Dwi Hikmawati dan Rizal Effendi. (2013) dengan judul penelitian “Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan dan Penerimaan Kas pada CV. Lestari Motorindo”. Dari hasil dan pembahasan analisis sistem informasi akuntansi penjualan dan penerimaan kas CV. Lestari Motorindo Palembang, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : 1. Pada sistem informasi akuntansi penjualan, perusahaan belum memiliki flowchart terkait dengan prosedur kegiatan penjualan, padahal flowchart ini bisa digunakan sebagai pendukung dalam melaksanakan pendistribusian dokumen-dokumen yang ada dan bagian-bagian atas dokumen tersebut terlihat lebih jelas, serta terlihat jelas adanya pemisahan fungsi dalam perusahaan. Dengan belum adanya flowchart tersebut pada CV. Lestari Motorindo Palembang, masih ditemukan perangkapan fungsi yang dijalankan oleh fungsi piutang yang merangkap fungsi penagihan. Dari hal tersebut ditakutkan menimbulkan masalah karena dua pekerjaan dilakukan oleh 1 orang, yaitu oleh A/R Control dalam hal piutang dan penagihan. Apalagi dengan jumlah piutang yang tidak sedikit setiap bulannya. 2. Pada sistem informasi akuntansi penerimaan kas, perusahaan belum memiliki prosedur penerimaan kas dan flowchart tertulis yang jelas, sehingga menyebabkan kegiatan penerimaan kas bisa saja berjalan kurang efektif dan menyebabkan pengendalian internal menjadi lemah karena pedoman atau prosedur yang ada kurang jelas dan tidak ada penjelasan secara tertulis untuk aturan-aturan dan kebijakan-kebijakan perusahaan. Selain itu perusahaan tidak langsung menyetorkan uang yang diterima ke bank pada hari itu juga, hal ini bisa menyebabkan penyalahgunaan oleh bagian kas kalau tidak disetorkan pada hari itu juga. Dan tidak ada penghitungan saldo kas secara periodik dan mendadak oleh pemeriksa intern karena perusahaan belum memiliki auditor intern. Sehingga menyebabkan setiap kesalahan baik yang disengaja.

Kerangka Pemikiran

Kerangka konsep penelitian berdasarkan yang telah dikemukakan di atas, maka dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah di CV. Kanti Motor Mulya Agung. Adapun alasan yang mendasari peneliti memilih Kota Pangkalan Balai sebagai obyek penelitian adalah disamping belum adanya penelitian sejenis tentang Evaluasi Sistem Penjualan Pada CV Kanti Motor Mulya Agung

Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Maret 2018 – Agustus 2018, sehingga lama penelitian ini sekitar 6 (enam) bulan.

Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup penelitian ini hanya membatasi bagaimana cara mengevaluasi sistem penjualan CV.Kanti Motor Mulya Agung. Sehingga pembahasan yang di lakukan tidak menyimpang dari permasalahan.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini jenis data kualitatif, yaitu berupa label/nama-nama yang digunakan untuk mengidentifikasi atribut suatu elemen. Sumber data dalam penelitian ini yaitu, data primer yaitu berupa data cara mengevaluasi penjualan di CV. Kanti Motor Mulya Agung. yang diperoleh secara langsung dengan mengadakan wawancara langsung pada pelanggan. Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari laporan keuangan dan operasional penjualan yang dikumpulkan dari laporan periodik perusahaan dan literatur lain.

Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012:155), data kuantitatif adalah menganalisis, menggambarkan dan meringkas berbagai kondisi, situasi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa Laporan Keuangan

Berikut ini adalah data volume penjualan secara tunai dan kredit yang terjadi pada CV. Kanti Motor Mulya Agung Kecamatan Banyuasin III Kabupaten Banyuasin yang penulis teliti. Adapun laporan keuangan yang diteliti oleh penulis adalah laporan keuangan selama 4 tahun berturut-turut yaitu pada tahun 2014, 2015, 2016 dan 2017

Tabel 1.

Perbandingan Omset Penjualan tahun 2014, 2015, 2016 dan 2017

Tahun Penjualan	Unit yang terjual	Omset Penjualan (Rp)
2014	83	568.500.000
2015	100	767.800.000
2016	81	674.150.000
2017	100	813.050.000
Total	364 unit	Rp. 2.823.500.000

Analisis laporan keuangan terjadi peningkatan dari tahun 2014 ke tahun 2015 yaitu dari Rp 568.500.000 meningkat sebesar Rp. 767.800.000. secara persentase kenaikannya 13,5%. Namun terjadi penurunan dari tahun 2015 ke tahun 2016 yaitu dari Rp 767.800.000 menjadi Rp. 674.150.000 dengan persentase penurunannya 11,39%. Namun kembali meningkat di tahun 2017 sebesar Rp 813.050.000, dengan persentase 12,6 %

Analisis penjualan terjadi peningkatan dari tahun 2014 ke tahun 2015 yaitu dari 83 unit meningkat sebesar 100 unit secara persentase kenaikannya 12,0%. Namun terjadi penurunan dari tahun 2015 ke tahun 2016 yaitu dari 100 unit menjadi 81 unit dengan persentase penurunannya 12,3%. Namun kembali meningkat di tahun 2017 sebesar 100 unit dengan persentase 12,3 %

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Setelah melakukan analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan dalam bab ini, maka dapat diambil kesimpulan bahwa sistem penjualan yang ditawarkan di Showroom CV. Kanti Motor Mulya Agung Kecamatan Banyuasin III Kabupaten Banyuasin dilakukan melalui 2 (dua) cara yaitu sistem penjualan tunai dan kredit.

- 1) Ditinjau dari volume penjualan, maka volume penjualan tertinggi adalah sistem penjualan leasing dari total volume penjualan di tahun 2017,

sedangkan volume penjualan terendah adalah sistem penjualan di tahun 2014. Hal ini mungkin disebabkan oleh penurunan harga karet di Pangkalan Balai yang mana mata pencaharian sebagian besar warga adalah sebagai petani karet sehingga pada tahun 2014 volume penjualan rendah.

- 2) Ditinjau dari omset penjualan, maka omset penjualan terbesar selama tahun 2017 pada Showroom CV. Kanti Motor Mulya Agung adalah sistem penjualan secara kredit dan tunai yaitu sebesar Rp. 813.050.000,- dan omset terendah terdapat pada tahun 2014 yaitu dari sistem penjualan secara kredit dan tunai yaitu sebesar Rp.568.500.000, Hal ini terjadi karena penjualan secara tunai pemasukan uangnya diperoleh secara langsung, sedangkan untuk penjualan secara kredit dan leasing, walaupun volume penjualannya lebih besar dari penjualan tunai, tetapi pemasukan pendapatannya tidak secara langsung dalam periode tertentu.

S a r a n

Penulis dari hasil kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan pada CV. Kanti Motor Mulya Agung Kecamatan Banyuasin III Kabupaten Banyuasin :

- 1) Tenaga sales harus meningkatkan target penjualan, sehingga tercapainya keuntungan yang optimal.
- 2) CV. Kanti Motor Mulya Agung harus dapat meningkatkan motivasi kepada tenaga sales, dengan memberikan insentif yang memadai.
- 3) Promosi dengan potongan harga serta layanan purna jual dan potongan harga untuk konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Bastian. Indra, 2006, *Akuntansi Sektor Publik*, Suatu Pengantar, Penerbit Erlangga, Jakarta Bimo. W,
- Ciptono Panji. 1993. *Pengantar Psikologi Umum*. Penerbit Andi Offset Edisi Kedua. Yogyakarta
- Diana, Anastasia dan Lilis Setiawati 2011, *Sistem Informasi Akuntansi*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Djanegara, H. Moemahadi Soerja 2005, *Evaluasi Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Efektivitas Pelaksanaan Pengendalian Intern*, Diakses 18 September 2013, dari <http://lib.atmajaya.ac.id>.
- Gibson, James, L. Ivancevick, John M Donnelly, James H. 1987. *Organisasi : Perilaku, Struktur dan Proses* (Terjemahan). Edisi kelima, Jakarta. Erlangga.
- Hall, James A 2009, *Sistem Informasi Akuntansi*, Salemba Empat, Jakarta
- Hilmawan, Rendy 2009, *Evaluasi Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Tunai dan Penerimaan Kas pada PT. Gracia Kreasi Rotan.*, Diakses 28 Oktober 2012, dari <http://papers.gunadarma.ac.id/index.php/economy/article/download/388/348>.
- Irwanto, Dkk. 1997, *Psikologi Umum*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama Kamus Besar Bahasa Indonesia, Balai Pustaka, Jakarta.
- Juliana Dwi Hikmawati dan Rizal Effendi. (2013). *Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan dan Penerimaan Kas pada CV. Lestari Motorindo*. Juliana Dwi Hikmawati (juliana_dwihikmawati@yahoo.co.id) Rizal Effendi (Rizaleffendi31@yahoo.co.id) *Akuntansi S1 STIE MDP*
- Jr., Raymond McLeod, dan George P. Schell 2011, *Sistem Informasi Manajemen*, Salemba Empat, Jakarta
- Ketetapan MPR RI No XV / MPR / 1998 Tentang Penyelenggaraan Otonomi Daerah Kotler,
- Krismiaji 2010, *Sistem Informasi Akuntansi*, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta.
- Mardi 2011, *Sistem Informasi Akuntansi*, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Meuthia Ganie, Rochman, 2000, Artikel Judul : *Good Governance : Prinsip, Komponen dan Penerapannya*, dimuat dalam Buku HAM : Penyelenggaraan Negara yang Baik dan Masyarakat Warga, Jakarta, Komnas HAM
- Mulyadi 2010, *Sistem Akuntansi*, Salemba Empat, Jakarta.
- Philip. 2000. *Marketing, manajemen : Analisis, Planing, Implementation and Control*, 9 Th. Prentice Hall International Int, New Yersey.
- Pratitis Elya Fitria. 2016. *Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Kredit Ban Motor Pada PT. MMA di Surabaya*. Universitas Narotama Martha.julia963@gmail.com
- Romney. B. Marshall 2006, *Sistem Informasi Akuntansi*, Buku I, Salemba Empat, Jakarta.

- Sanusi, Anwar 2011, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta.
- Silalahi, Rina 2008, *Analisis Terhadap Sistem Informasi Akuntansi Penjualan dan Penerimaan Kas pada PT. Trubus Media Swadaya Medan*, Diakses 30 September 2013, dari http://repository.usu.ac.id/simplesearch?query=sistem+informasi+alat&sort_y=0&order=DESC&rpp=10&etal=0&s tart=50
- Sugiyono 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfa Beta, Bandung.
- Siegel, Gary And Helene Rumanauskas Marconi, 1989. *Behavioural Accounting*, South Western Publishing Co, Ohio.
- Sugiyono, 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Penerbit Alfabeta Bandung
- Sugiyono. 2006. *Statistik Untuk Penelitian*. Penerbit Edisi Revisi Alfabeta. Bandung
- Suryana. Deden, 2008. *Manajemen Keuangan Sekolah*. Penerbit Tiga Serangkai. Edisi Revisi. Jakarta.
- Walgito, B, 2001, *Pengantar Psikologi Umum*, Yogyakarta, Penerbit Fakultas Psikologi UGM
- Tuerah, Serny 2013, *Evaluasi Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi Pembelian dan Pengeluaran Kas pada Hal-8 UD. Roda Mas Manado*, Diakses 18 September 2013, dari <http://ejournal.unsrat.ac.id>
- Yos, Feto Daan 2009, *Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Tunai untuk Meningkatkan Pengendalian Intern pada PT. Gendish Mitra Kinarya*, Diakses 19 September 2013, dari <http://gunadarma.ac.id>.
- Zamroni, 2000, *Paradigma Pendidikan Masa Depan*. BIGRAF Publishing, Yogyakarta.