

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Penjualan

Penjualan menurut Mulyadi (2008), adalah suatu kegiatan yang terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa, secara kredit maupun tunai. Penjualan jika diidentifikasi dari Perusahaannya menurut Martin dkk (2006), dapat dibedakan menjadi beberapa jenis:

1. Penjualan langsung yaitu penjualan dengan mengambil barang dari *supplier* dan langsung dikirim ke *customer*.
2. Penjualan stok gudang yaitu penjualan barang dari stok yang telah tersedia di gudang.
3. Penjualan kombinasi yaitu penjualan dengan mengambil barang sebagian dari *supplier* dan sebagian dari stok yang tersedia di gudang.

Adapun tujuan perusahaan melakukan penjualan menurut Swastha (2004) adalah sebagai berikut:

1. Mencapai volume penjualan.
2. Mendapatkan laba tertentu.
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Menurut Swastha (2005), dalam buku “Manajemen Penjualan” menyebutkan beberapa tahapan penjualan, yaitu:

1. Persiapan Sebelum Penjualan
2. Penentuan Lokasi Pembeli Potensial
3. Pendekatan Pendahuluan

4. Melakukan Penjualan
5. Pelayanan Sesudah Penjualan.

Menurut pengertian diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Persiapan Sebelum Penjualan

Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan adalah mempersiapkan tenaga penjual dengan memberikan pengertian tentang barang yang dijualnya, pasar yang di tuju, dan teknik-teknik penjualan yang harus dilakukan.

2. Penentuan Lokasi Pembeli Potensial

Dari lokasi ini dapatlah dibuat sebuah daftar tentang orang-orang atau perusahaan yang secara logis merupakan pembeli potensial dari produk yang ditawarkan.

3. Pendekatan Pendahuluan

Berbagai macam informasi perlu dikumpulkan untuk mendukung penawaran produknya kepada pembeli, misalnya tentang kebiasaan pembeli, kesukaan, dan sebagainya. Semua kegiatan ini dilakukan sebagai pendekatan pendahuluan terhadap pasarnya.

4. Melakukan Penjualan

Penjualan dilakukan bermula dari suatu usaha untuk memikat perhatian calon pembeli, kemudian diusahakan untuk menarik daya tarik mereka. Dan akhirnya penjual melakukan penjualan produknya kepada pembeli.

5. Pelayanan Sesudah Penjualan

Dalam tahap akhir ini penjual harus berusaha mengatasi berbagai macam keluhan atau tanggapan yang kurang baik dari pembeli. Pelayanan penjualan ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan kepada pembeli bahwa

keputusan yang diambilnya tepat dan barang yang dibelinya betul-betul bermanfaat.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa tahapan proses penjualan bermula dari persiapan sebelum penjualan, penentuan lokasi pembeli potensial, pendekatan pendahuluan, melakukan penjualan, dan berakhir pada pelayanan sesudah penjualan.

2.2. Sistem Informasi Penjualan

Sistem informasi penjualan menurut Ladjamudin (2005) adalah suatu sistem informasi yang mengorganisasikan serangkaian prosedur dan metode yang dirancang untuk menghasilkan, menganalisa, menyebarkan dan memperoleh informasi guna mendukung pengambilan keputusan.

2.3. Aplikasi Penjualan

Menurut Kurniawan (2013), aplikasi adalah suatu bagian dari perangkat lunak yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah-masalah yang khusus yang dihadapi user dengan menggunakan kemampuan komputer. Sedangkan pengertian penjualan adalah suatu proses seseorang atau organisasi untuk meyakinkan *customer* membeli produk yang ditawarkan. Dengan demikian aplikasi penjualan adalah perangkat lunak yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah-masalah penjualan yang dihadapi oleh pembeli dan penjual.

2.4. Penjualan Ritel dan Non Ritel

Menurut Windyarti (2014), yang termasuk ke dalam penjualan ritel (*store retailing*) adalah:

1. Toko Khusus (*Specialty Store*)

Adalah toko spesial yang menjual lini produk sempit dengan suatu ragam barang yang terdapat di dalam lini tersebut. Dalam hal ini, *retailer* mencoba untuk melayani konsumen dari satu atau sejumlah kecil segmen pasar dengan cara menyediakan produk-produk khusus. Pada umumnya volumenya tidak terlalu besar, milik pribadi, dan badan hukumnya berbentuk usaha perseorangan, firma, atau CV. Toko khusus dapat diklasifikasikan lagi menurut tingkat kekhususan lini produknya. Toko pakaian merupakan toko lini tunggal; toko pakaian pria merupakan toko sangat khusus.

2. Toko Serba Ada (*Departement Store*)

Adalah lembaga eceran yang menawarkan berbagai macam lini produk dengan mutu pilihan. Biasanya toko seperti ini mempunyai volume usaha yang besar, kondisi keuangannya lebih kuat, dan badan hukumnya berbentuk perseorangan terbatas atau paling tidak berbentuk CV. Ada dua macam *departement store retailing*, yaitu:

b. *Line Departement Store*

Menawarkan sejumlah besar jenis barang dagangan.

c. *Limited Line Departement Store*

Menawarkan beberapa macam barang, pada umumnya barang-barang lunak seperti pakaian, handuk, sprei dengan orientasi model dan harga yang mahal.

3. Toko Kebutuhan Sehari-hari (*Convenience Store*)

Adalah toko yang relatif kecil dan terletak di daerah pemukiman atau di jalur *high traffic*, memiliki jam buka yang panjang (24 jam) selama tujuh hari dalam seminggu, dengan tingkat perputaran yang tinggi dan menjual lini produk *convenience* yang terbatas seperti minuman, makanan ringan, permen, rokok, dll. Jam buka yang panjang dan karena konsumen hanya membeli di toko ini hanya sebagai “pelengkap” menyebabkan toko ini menjadi suatu operasi dengan harga tinggi.

4. Pasar Swalayan (*Supermarket*)

Adalah toko dengan operasi relatif besar, berbiaya rendah, margin rendah, volume tinggi. Swalayan dirancang untuk melayani semua kebutuhan konsumen seperti produk-produk bahan makanan, daging, ikan segar, sayur, buah-buahan, minuman kaleng, cucian, dan produk-produk perawatan rumah tangga. Kini banyak *supermarket* yang melengkapi tawarannya dengan barang-barang *non-food* seperti deterjen, sabun mandi, sendok dan garpu.

Sementara itu yang termasuk dalam penjualan eceran bukan toko (*Non-Store Retailing*), adalah:

1. Penjualan Langsung (*Direct Selling*)

Merupakan bentuk penjualan yang telah ada dari berabad-abad yang lalu dimulai dari pedagang keliling yang berkembang menjadi industri yang menjual produknya dari rumah ke rumah dan dari kantor ke kantor. Terdapat 3 jenis utama penjualan langsung, yaitu:

- a. Penjualan Satu-satu (*One to One selling*)
- b. Penjualan Satu ke Banyak (*One to Many Selling*)
- c. Pemasaran Bertingkat (*Multi-Level Marketing*)

2. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran ini berawal dari penawaran lewat surat dan katalog. Seiring perkembangan zaman, pemasaran ini sekarang mencakup berbagai cara untuk menjangkau orang. Termasuk di dalamnya pemasaran lewat telepon (*telemarketing*), pemasaran tanggapan langsung lewat televisi (program *home shopping*), dan belanja elektrik.

3. Mesin penjual otomatis (*Automatic Vending*)

Perkembangan teknologi berdampak pula pada perkembangan pemasaran. Hal ini dibuktikan dengan munculnya suatu alat penjual otomatis, dimana tidak memerlukan adanya wiraniaga dalam pengoperasiannya. Biasanya alat ini diletakkan di tempat-tempat strategis yang dilewati orang.

4. Jasa Pembelian (*Buying Services*)

Merupakan suatu pengecer tanpa toko yang melayani konsumen khusus, biasanya karyawan organisasi-organisasi besar (contoh: sekolah, rumah sakit). Para anggota organisasi menjadi anggota jasa pembeli dan berhak membeli dari suatu daftar pengecer terpilih yang telah setuju memberikan bagi anggota jasa pembelian.

2.5. Penjualan Partai

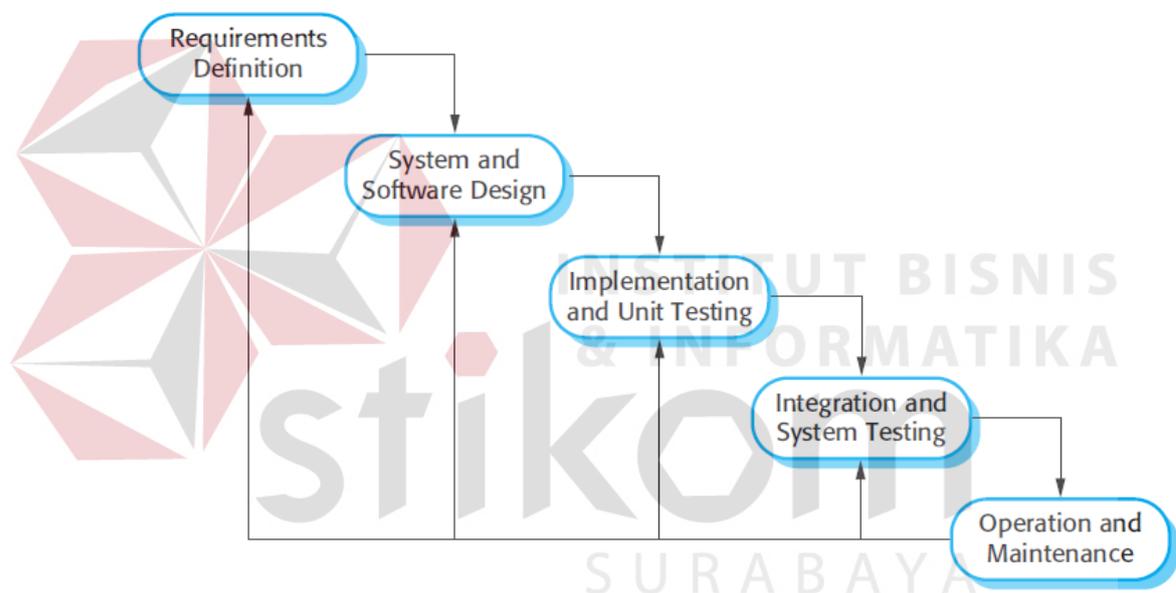
Menurut Prahono (2006), penjualan secara partai (*wholeselling*) dalam pengertiannya meliputi semua kegiatan yang langsung berhubungan dengan penjualan barang-barang atau jasa kepada mereka yang membelinya dengan maksud untuk dijual kembali atau keperluan bisnisnya. Adapun jenis-jenis grosir sebagai berikut:

1. Grosir pedagang besar (*merchand wholeseller*), adalah bisnis mandiri yang menangani barang-barang dagangan mereka. Grosir ini terdiri:
 - a. Grosir dengan pelayanan penuh
 1. Pedagang grosir; yaitu grosir yang menjual kepada pengecer dan memberi pelayanan jasa penuh
 2. Penyalur industri; yaitu grosir pedagang yang lebih banyak menjual jasanya kepada pabrik dari pada ke pengecer.
 - b. Grosir dengan pelayanan jasa terbatas
 1. Grosir yang menjual secara tunai.
 2. Grosir dengan truk.
 3. Grosir perantara.
 4. Grosir rak.
 5. Koperasi produsen.
 6. Grosir yang melayani lewat pos.
2. Makelar dan Agen (*brokers and agents*), adalah grosir pedagang yang tidak memiliki barang dan hanya menjalankan beberapa fungsi guna memudahkan penjualan. Makelar berfungsi sebagai penghubung antara pembeli dan penjual. Sedangkan agen adalah pedagang yang mewakili pembeli maupun penjual dengan dasar yang lebih permanen.
3. Kantor dan Cabang Pengecer serta Produsen (*manufactures and retailer branches and office*), yang operasi penjualan partai besar yang lebih banyak dilakukan oleh para penjual atau pembeli sendiri daripada melalui grosir.

Pedagang Komisi, yaitu agen-agen yang memiliki produk fisik dan merundingkan penjualan.

2.6. Waterfall Model

Menurut Sommerville (2003), *Waterfall Model* merupakan salah satu model proses perangkat lunak yang mengambil kegiatan proses dasar seperti spesifikasi, pengembangan, validasi dan evolusi dengan mempresentasikannya sebagai fase-fase proses yang berbeda seperti analisis dan definisi persyaratan, perancangan perangkat lunak, implementasi dan pengujian unit, integrasi dan pengujian sistem, operasi dan pemeliharaan.



Sumber: Sommerville (2011)

Gambar 2.1. *Waterfall Model*

Pada Gambar 2.1, Sommerville (2003) menjelaskan bahwa tahap-tahap utama dari *waterfall model* adalah memetakan kegiatan-kegiatan pengembangan dasar yaitu:

1. Analisis dan Definisi Persyaratan

Proses mengumpulkan informasi kebutuhan sistem/perangkat lunak melalui konsultasi dengan *user system*. Proses ini mendefinisikan secara rinci

mengenai fungsi-fungsi, batasan dan tujuan dari perangkat lunak sebagai spesifikasi sistem yang akan dibuat.

2. Perancangan Sistem dan Perangkat Lunak

Proses perancangan sistem difokuskan pada empat atribut, yaitu struktur data, arsitektur perangkat lunak, representasi antar muka, dan detail (algoritma) prosedural. Yang dimaksud struktur data adalah representasi dari hubungan logis antara elemen-elemen data individual.

3. Implementasi dan Pengujian Unit

Pada tahap ini, perancangan perangkat lunak direalisasikan sebagai program atau unit program. Kemudian pengujian unit melibatkan verifikasi bahwa setiap unit program telah memenuhi spesifikasinya.

4. Integrasi dan Pengujian Sistem

Unit program/program individual diintegrasikan menjadi sebuah kesatuan sistem dan kemudian dilakukan pengujian. Dengan kata lain, pengujian ini ditujukan untuk menguji keterhubungan dari tiap-tiap fungsi perangkat lunak untuk menjamin bahwa persyaratan sistem telah terpenuhi. Setelah pengujian sistem selesai dilakukan, perangkat lunak dikirim ke pelanggan/*user*.

5. Operasi dan Pemeliharaan

Tahap ini biasanya memerlukan waktu yang paling lama. Sistem diterapkan (di-install) dan dipakai. Pemeliharaan mencakup koreksi dari beberapa kesalahan yang tidak diketemukan pada tahapan sebelumnya, perbaikan atas implementasi unit sistem dan pengembangan pelayanan sistem, sementara persyaratan-persyaratan baru ditambahkan.

2.7. Pendapatan

Menurut Kieso (2008), pendapatan adalah arus kas masuk aktiva dan/atau penyelesaian kewajiban akibat penyerahan atau produksi barang, pemberian jasa, atau kegiatan menghasilkan laba lainnya yang membentuk operasi utama atau inti perusahaan yang berkelanjutan selama satu periode.

Pendapatan menurut Kusnadi (2000) dapat diklasifikasikan menjadi dua bagian yaitu:

1. Pendapatan operasional

Pendapatan operasional adalah pendapatan yang timbul dari penjualan barang dagangan, produk, atau jasa dalam periode tertentu dalam rangka kegiatan utama atau yang menjadi tujuan utama perusahaan berhubungan langsung dengan usaha (operasi) pokok perusahaan yang bersangkutan. Pendapatan ini sifatnya normal sesuai dengan tujuan dan usaha perusahaan dan terjadinya berulang-ulang selama perusahaan melangsungkan kegiatannya.

2. Pendapatan non operasional

Pendapatan non operasional merupakan pendapatan yang diperoleh dari kegiatan sampingan atau bukan dari kegiatan utama perusahaan (di luar usaha pokok) yang bersifat insidental. Pemisahan atau pembagian pendapatan yang mengalir dari berbagai sumber sangat perlu dilakukan sehingga dapat diperoleh ketepatan dalam mengambil keputusan bagi pihak ekstern terutama para pemakai laporan keuangan.

2.8. Jurnal

Jurnal menurut Erhan (2008), adalah salah satu koleksi perpustakaan yang paling dibutuhkan oleh pengguna untuk menemukan informasi tentang penemuan ilmiah terkini (current). Dalam hal pengelompokan koleksi perpustakaan, pada dasarnya jurnal termasuk ke dalam kategori koleksi serial. Jurnal juga merupakan suatu terbitan berkala yang berbentuk majalah yang isinya bersifat informasi ilmiah mengenai penemuan suatu karya mutakhir dalam kajian ilmu pengetahuan.

Siregar (2001) mengemukakan bahwa koleksi serial adalah semua bahan pustaka yang diterbitkan secara berlanjut bukan terbitan tunggal (monograph) seperti buku. Koleksi ini terdiri dari jurnal, majalah, surat kabar dan terbitan berkala lainnya.

2.9. Jurnal Umum

Definisi jurnal umum menurut Soemarso (2009), adalah formulir khusus yang digunakan untuk mencatat secara kronologis transaksi-transaksi yang terjadi dalam perusahaan menurut nama akun dan jumlah yang harus di debit dan kredit. Jurnal umum (*general journal*) adalah bentuk jurnal yang terdiri dari dua kolom.. Adapun bentuk jurnal umum adalah seperti terlihat dalam tabel 2.1.

Tabel 2.1. Jurnal Umum

PT. XXX Jurnal Umum Periode At Januari 2000					
Tanggal	No. Bukti	Keterangan	Ref	Debit	Kredit
Des 31	001/BKK/01	Kas	111	XXX	-
		Pendapatan Jasa	411	-	XXX
		Kas	111	XXX	-
		Pendapatan Lain-Lain	412	-	XXX

Sumber: Soemarso (2009)

2.10. Jurnal Penyesuaian

Definisi jurnal penyesuaian menurut Supriyati (2011), jurnal penyesuaian adalah pencatatan data-data transaksi tertentu pada akhir periode sehingga jumlah rupiah yang terdapat dalam tiap akun sesuai dengan kenyataan pada akhir periode tersebut. Adapun bentuk jurnal penyesuaian menurut Supriyati adalah tercantum pada tabel 2.2.

Tabel 2.2. Jurnal Penyesuaian

PT "X"
JURNAL PENYESUAIAN
PERIODE _____

Tanggal	No. Bukti	Keterangan	P/R	Debit	Kredit
30/07/2011	BM/001	Harga Pokok Penjualan	511	XXX	
		Pembelian	51		XXX

Sumber: Supriyati (2011)

2.11. Chart of Account

Menurut Wibowo (2008), *Chart of Account* adalah suatu bagan atau rangkaian akun perkiraan dengan menggunakan simbol huruf, angka, atau perpaduan antara keduanya yang digunakan untuk pencatatan dan penggolongan transaksi sejenis. Nama perkiraan yang dicatat adalah mengenai jenis aktiva, kewajiban, modal, *prive*, pendapatan, atau biaya. Suatu transaksi yang terjadi pada satu periode berpengaruh terhadap penambahan atau pengurangan perkiraan-perkiraan tersebut. Terdapat aturan debit-kredit saldo dan saldo normal untuk jenis-jenis perkiraan yang dicatat. Tabel 2.3. adalah tabel untuk aturan debit dan kredit:

Tabel 2.3. Aturan Debit-Kredit dan Saldo Normal

Jenis Perkiraan	Penambahan	Pengurangan	Saldo Normal
Aktiva	Debit	Kredit	Debit
Kewajiban	kredit	Debit	Kredit
Modal	Kredit	Debit	Kredit
<i>Prive</i>	Debit	Kredit	Debit
Pendapatan	Kredit	Debit	Kredit
Biaya	Debit	Kredit	Debit

Sumber: Widodo (2008)

Untuk setiap transaksi, minimal ada dua perkiraan yang digunakan dan akan mempengaruhi jumlah debit dan kredit yang sama.

