

SKRIPSI

ANALISIS EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI SISTEM PENJUALAN ROKOK PHILPMORIS PADA PT. HM SAMPOERNA, Tbk



TAUFIQ EFFENDI LAHINDI

1510321062

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR**

2019

SKRIPSI

ANALISIS EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI SISTEM PENJUALAN ROKOK PHILPMORIS PADA PT. HM SAMPOERNA, Tbk



**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana
pada Program Studi Akuntansi S1**

TAUFIQ EFFENDI LAHINDI

1510321062

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2019**

SKRIPSI

ANALISIS EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI SISTEM PENJUALAN ROKOK PHILPMORIS PADA PT. HM SAMPOERNA, Tbk

disusun dan diajukan oleh

TAUFIQ EFFENDI LAHINDI

1510321062

telah diperiksa dan telah diuji

Makassar, 07 September 2019

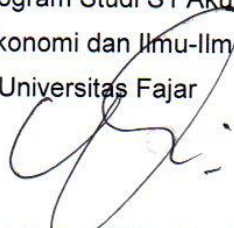
Pembimbing



Wawan Darmawan, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA

NIDN: 0904118302

Ketua Program Studi S1 Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial
Universitas Fajar



Yasmi, S.E., M.Si., Ak., CA

NIDN: 0925107801

SKRIPSI

ANALISIS EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI SISTEM PENJUALAN ROKOK PHILPMORIS PADA PT. HM SAMPOERNA, Tbk

disusun dan diajukan oleh


TAUFIQ EFFENDI LAHINDI
1510321062

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal **07 September 2019** dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Dewan Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Wawan Darmawan, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA NIDN: 0904118302	Ketua	1. 
2.	Herawati Dahlan, S.E., M.Ak NIDN: 0905077106	Sekretaris	2. 
3.	Yasmi, S.E., M.Si., Ak., CA NIDN: 0925107801	Anggota	3. 
4.	Drs. Syamsuddin Bidol, M.Si NIDN: 0901016507	Eksternal	4. 

Dekan Fakultas Ekonomi
dan Ilmu-ilmu Sosial
Universitas Fajar


Hj. Yusmanizar, S.Sos., M.IKom
NIDN: 0925096902

Ketua Program Studi S1 Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial
Universitas Fajar


Yasmi, S.E., M.Si., Ak., CA
NIDN. 0925107801

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : TAUFIQ EFFENDI LAHINDI
NIM : 1510321062
Program Studi : S1 Akuntansi

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul **“ANALISIS EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI SISTEM PENJUALAN ROKOK PHILPMORIS PADA PT. HM SAMPOERNA, Tbk”** adalah karya tulis ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang 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 yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya akan bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Makassar, 28 Juli 2019
Yang membuat pernyataan,



Taufiq Effendi Lahindi

PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena atas berkat Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini sesuai dengan batas waktu yang telah ditentukan.

Dikesempatan ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak terkait yang telah memberikan bantuan baik berupa materil, moril, maupun doa, berkat bantuannya segala kendala bisa teratasi dengan baik. Untuk itu dengan kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih terutama kepada kedua orang tua Lahindi dan Dahlia berkat segala curahan kasih sayang, dukungan dan doanya.

Terima kasih juga kepada Bapak Wawan Darmawan, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA selaku Dosen Pembimbing Skripsi, beliau telah memberikan arahan dan tambahan ilmu bagi peneliti selama menjalani penelitian ini.

Saya ucapkan juga terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Mulyadi Hamid, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Fajar
2. Ibu Hj. Yusmanizar, S.Sos., M.I.Kom., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Fajar.
3. Ibu Yasmi S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Ketua Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Fajar
4. Seluruh Dosen dan Staf Universitas Fajar Makassar.
5. Kepada seorang wanita yang memberikan luka namun berbuah semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Paradiba Hekza Nugraha yang selalu mengingatkan untuk mengerjakan skripsi ini yang tiada henti memberikan dukungannya.
7. Keluarga besar Sanggar Seni Karampuang Universitas Fajar, terima kasih atas segala dukungan dan saran-sarannya.

8. Teman-teman angkatan 2015 Akuntansi S1 Universitas Fajar atas segala bantuan dan dukungannya yang tiada henti.
9. Kakak Juliana Sartika Djafar selaku kakak angkatan di jurusan akuntansi S1 dan juga sebagai asisiten prodi akuntansi S1 yang selalu membantu adik-adiknya.
10. Dan semua pihak yang tidak sempat peneliti sebutkan satu per satu yang telah membantu selama penyusunan proposal skripsi ini. Terima kasih banyak.

Akhir kata saya mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, arahan, dan saran-saran. Sehingga segala amal baktinya dapat diterima di sisi ALLAH SWT. Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab peneliti. Kritik dan saran sangat dibutuhkan oleh peneliti untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Makassar, Juli 2019

Hormat Peneliti

Taufiq Effendi L

ABSTRAK
Analisis Efektivitas Dan Efisiensi Sistem Penjualan Rokok Philpmoris
Pada PT. HM Sampoerna, Tbk

Taufiq Effendi Lahindi
Wawan Darmawan

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana sistem penjualan rokok philpmoris pada PT. HM Sampoerna, Tbk. Dengan kajian teori Ries (2002). Metode penelitian yang digunakan adalah metode perbandingan antara kesesuaian sistem penjualan rokok philpmoris pada PT. HM Sampoerna, Tbk dengan kajian teori.

Hasil penelitian ini dinyatakan telah sesuai berdasarkan dengan kajian teori, meskipun terdapat sedikit kekurangan dimana dokumen yang digunakan tidak sesuai dengan teori yang ada dan fungsi yang dilakukan oleh orang yang sama dalam penerimaan kas dari piutang.

Kata kunci: Efektivitas dan efisiensi, sistem penjualan

ABSTRACT

Analysis of Effectiveness and Efficiency of Philpmoris Cigarette Sales System at PT. HM Sampoerna, Tbk

**Taufiq Effendi Lahindi
Wawan Darmawan**

The purpose of this study was to determine how the philpmoris cigarette sales system at PT. HM Sampoerna, Tbk. With the study of the theory of Ries (2002). The research method used is a comparison method between the suitability of the philpmoris cigarette sales system at PT. HM Sampoerna, Tbk with a theoretical study.

The results of this study are stated to have been appropriate based on a theoretical study, although there are few deficiencies where the documents used are not in accordance with existing theories and functions performed by the same person in receiving cash from receivables.

Keyword: *Effectiveness and efficiency, sales system*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
PRAKATA.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Kegunaan Penelitian.....	5
1.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Efektivitas	6
2.1.1. Teori Efektivitas	8
2.2. Efisiensi.....	10
2.2.1. Macam – Macam Efisiensi	11
2.2.2. Unsur – Unsur Efisiensi	12

2.2.3. Penyebab Terjadinya Efisiensi	12
2.3. Penjualan	13
2.3.1. Sistem Penjualan	13
2.3.2. Jenis-Jenis Penjualan.....	15
2.3.3 Tujuan Penjualan.....	15
2.3.4 Sasaran - Sasaran Penjualan.....	16
2.3.5 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan	16
2.4. Sistem.....	18
2.4.1. Karakteristik Sistem	19
2.4.2. Klasifikasi Sistem	21
2.4.3. Jenis - Jenis Sistem	22
2.4.4. Unsur – Unsur dan Elemen Dalam Sistem	22
2.5. Tinjauan Empirik	24
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Deskriptif Penelitian	26
3.2. Lokasi Penelitian Waktu Penelitian	26
3.3. Sumber Data	27
3.4. Teknik Pengumpulan Data	27
3.5. Teknik Analisis Data	28
3.6. Pengecekan Validitas Data.....	30
3.7. Tahap-Tahap Penelitian	30
BAB IV METODE PENELITIAN	
4.1 Gambaran Umum Rokok Philpmoris	32
4.1.1. Sejarah Rokok Philpmoris	32
4.1.2. Proses Bisnis atau Layanan	32

4.1.2.1 Produk atau Jasa	32
4.1.2.2 Transaksi atau Kegiatan Layanan	33
4.1.2.3 Sistem Informasi	34
4.1.3. Struktur Organisasi	36
4.2 Hasil dan Pembahasan Penelitian.....	39
4.2.1. Sistem Penjualan Rokok Philpmoris	39
4.2.2. Sistem Penjualan Rokok Philpmoris	40
4.2.3. Efektivitas dan Efisiensi Sistem Penjualan Rokok Philpmoris.....	43
4.2.3.1. Efektivitas Sistem Penjualan Rokok Philpmoris	43
4.2.3.2. Efisiensi Sistem Penjualan Rokok Philpmoris	45
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	48
5.2 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA.....	49

DAFTAR TABEL

Gambar 2.1 Tinjauan Emperik.....	24
Gambar 4.1 Efektivitas Sistem Penjualan Rokok Philpmoris.....	43
Gambar 4.2 Efisiensi Sistem Penjualan Rokok Philpmoris.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi	36
Gambar 4.2 Bagan Alir Sistem Penjualan Rokok Philpmoris	42

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin tingginya tingkat persaingan perusahaan dan produk menyebabkan setiap perusahaan harus dapat menunjukkan trik-trik dan strategi beda dari perusahaan lain untuk mendapatkan pasar dan penjualan produk yang tinggi. Setiap perusahaan mengeluarkan produk baru, produk pesaing akan menantang dengan mengeluarkan produk pesaing untuk menantang penguasaan pasar. Hal inilah yang harus dicermati setiap perusahaan agar produknya bisa menjadi pemimpin pasar. Dalam persaingan pasar, ketika sebuah produk sudah berada pada posisi yang baik dan menjadi ikon pasar, maka perusahaan saingan akan mengeluarkan produk saingan untuk menantang penguasaan pasar dan produk dengan segmentasi sama. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk menguasai pasar adalah mempengaruhi minat untuk beli konsumen melalui media periklanan. Menurut Ries, 2002. Inilah yang harus dijadikan sebagai positioning, menempatkan produk pada pikiran calon konsumen. Dengan menempatkan produk di pikiran konsumen maka perkembangan produk mutlak meningkat dan mempunyai kemampuan lab yang bergerak signifikan.

Perusahaan berusaha untuk selalu menciptakan kepuasan pembelian konsumen. Mengelola keinginan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian konsumen memberi nilai baik perusahaan, yaitu memberikan keuntungan maupun laba. Karena tanpa adanya keputusan pembelian konsumen tentunya tidak akan ada aktifitas dalam perusahaann

tersebut yang akan mengakibatkan kegiatan perusahaan bisa terhenti. Dengan iklan yang kuat merupakan aspek vital bagi perusahaan karena keunggulan yang didapatkan beraneka ragam mulai dari persepsi kualitas yang lebih bagus dan loyalitas pelanggan yang lebih besar.

Periklanan selain dilakukan melalui media cetak seperti koran, majalah dan brosur serta salesman yang telah terlatih dengan baik. Iklan melalui media televisi merupakan salah satu cara atau alat yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk memperkenalkan barang atau jasa yang dihasilkan kepada konsumen untuk memutuskan membeli atau tidak terhadap suatu produk.

Perusahaan dalam menayangkan iklan rokok philpmoris pada PT. HM Sampoerna Tbk. menggunakan media televisi sebab jangkauannya luas serta ada unsur hiburan yang sangat mendukung pembentukan persepsi konsumen terhadap suatu produk yang pada gilirannya dapat mengarah pada tindakan pertukaran juga memuaskan berbagai pihak yang terlibat dalam aktifitas pemasaran. Setiap produk akan diperkenalkan kepada konsumen berupa nama produk, bentuk produk, harga produk, manfaatnya serta fungsinya melalui iklan. Setiap perusahaan akan berusaha memberikan informasi yang tepat dan menarik tentang produk yang ditawarkannya sehingga perusahaan akan memperoleh laba yang maksimum. Iklan juga dipandang sebagai media hiburan dan media komunikasi yang efektif terutama jika ditayangkan di televisi. Dengan menayangkan iklan suatu produk di televisi dapat mempengaruhi konsumen sehingga konsumen tertarik untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Walaupun biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menayangkan iklan produknya di televisi cukup mahal.

Pada PT. HM Sampoerna Tbk. cabang Makassar, memiliki sistem penjualan atau distributor yang memanfaatkan mahasiswa dan mahasiswi untuk diperkerjakan menjadi sales team dikampus mereka masing-masing. Cara inilah yang sekaligus menjadi promosi rokok philpmoris itu sendiri untuk menyasar pasar anak muda yang ada diberbagai kampus di kota Makassar. Berbagai penelitian mengenai sistem dan prosedur penjualan rokok yang penulis baca terdapat perbedaan sekaligus persamaan yang penulis dapatkan, seperti: Promosi rokok memanfaatkan media guna memberitahuan tentang produk rokok itu sendiri, adapun perbedaan sistem kerja penjualan produk rokok philpmoris dan produk rokok lainnya yang membuat penulis ini menelitinya, yaitu philpmoris memanfaatkan mahasiswa-mahasiswi untuk dipekerjakan dan berbanding beda dengan perusahaan rokok lainnya yang lebih mengandalkan "sales" atau biasa kita dengar dan sebut SPG (*Sales Promotion Girls*).

Mengambil kasus penelitian terdahulu, Noviasiwi, 2011. Analisis efektivitas dan efisiensi sistem penjualan bahan baku rokok pada PT. Djitoe Indonesia Tobako Surakarta, dengan hasil penelitian yaitu efektivitas dan efisiensi pembelian bahan baku PT. Djitor Indonesia Tobako dapat dipertimbangkan sebagai pengendalian yang efektif dalam mencegah dan mendeteksi kesalahan saji. Pada kasus penelitian lainnya, Setiowidagdo, 2011. Analisis efektivitas dan efisiensi penjualan sebagai data informasi bagi manajemen perusahaan rokok NV. "X" di Surabaya, dengan hasil penelitian yaitu efektivitas dan efisiensi adalah metode yang penting bagi perusahaan untuk memberikan informasi kualitatif tentang kegiatan perusahaan.

Jika penelitian terdahulu lebih menekankan tentang efektivitas dan efisiensi sistem penjualan bahan baku rokok dan juga sebagai data informasi

penjualan maka lain pula dengan penelitian yang ingin penulis teliti. Perbandingan penelitian terdahulu dan penelitian yang akan diteliti oleh penulis ialah efektivitas dan efisiensi sistem penjualan rokok, berbeda dengan hasil penelitian terdahulu yang lebih menyorot tentang pengendalian serta sistem penjualan.

Berdasarkan uraian yang telah diuraikan diatas, maka penulis mengambil judul, “Analisis efektivitas dan efisiensi sistem penjualan rokok philpmoris pada PT. HM Sampoerna Tbk”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana efektivitas dan efisiensi sistem penjualan rokok philpmoris pada PT. HM Sampoerna, Tbk?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar dan berguna kepada berbagai pihak, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi sistem penjualan rokok philmoris pada PT. HM Sampoerna, Tbk.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar dan berguna kepada berbagai pihak, sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan meningkatkan pengetahuan bagi mahasiswa mengenai efektivitas dan efisiensi sistem penjualan dari perusahaan rokok pada PT. HM Sampoerna, Tbk.

2. Bagi Universitas

Skripsi ini dapat digunakan sebagai tambahan untuk informasi atau sebagai referensi bagi pembaca yang ingin mengetahui tentang sistem penjualan diperusahaan yang bergerak di bidang industri rokok.

3. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan khususnya mengenai efektivitas dan efisiensi sistem penjualan rokok philpmoris bagi PT. HM Sampoerna, Tbk.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Peneliti memfokuskan penelitian hanya pada sistem dan prosedur penjualan yang dilakukan secara *face to face* sekaligus melakukan *monitoring* kepada para distributor, serta pembatasan wilayah *monitoring* yang diberikan oleh peneliti di daerah kota makassar terkhusus di kampus Universitas Fajar Makassar.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Efektivitas

Efektivitas adalah suatu keadaan yang menunjukkan tingkat keberhasilan atau pencapaian suatu tujuan yang diukur dengan kualitas, kuantitas, dan waktu, sesuai dengan yang telah direncanakan sebelumnya. Ada juga yang menjelaskan arti efektivitas adalah suatu tingkat keberhasilan yang dihasilkan oleh seseorang atau organisasi dengan cara tertentu sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai. Dengan kata lain, semakin banyak rencana yang berhasil dicapai maka suatu kegiatan dianggap semakin efektif. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), efektivitas adalah daya guna, keaktifan, serta adanya kesesuaian dalam suatu kegiatan antara seseorang yang melaksanakan tugas dengan tujuan yang ingin dicapai.

Menurut Ravianto (2014), pengertian efektivitas adalah seberapa baik pekerjaan yang dilakukan, sejauh mana orang menghasilkan keluaran sesuai dengan yang diharapkan. Artinya, apabila suatu pekerjaan dapat diselesaikan sesuai dengan perencanaan, baik dalam waktu, biaya, maupun mutunya, maka dapat dikatakan efektif. Contohnya seorang karyawan customer service diharapkan dapat melayani 10 (sepuluh) pelanggan setiap harinya. Pada kenyataannya karyawan tersebut dapat melayani 11 (sebelas) pelanggan per hari, maka karyawan tersebut dianggap memiliki efektivitas yang baik.

Secara singkat pengertian daripada efektivitas dan adalah, efektivitas melakukan atau mengerjakan sesuatu tepat pada sasaran "*doing the right things*". Tingkat efektivitas itu sendiri dapat ditentukan oleh terintegrasinya sasaran dan kegiatan organisasi secara menyeluruh, kemampuan adaptasi dari

organisasi terhadap perubahan lingkungannya (Kurniawan, 2005). Efektivitas yaitu berfokus pada akibatnya, pengaruhnya atau efeknya, Berdasarkan penjelasan di atas, bahwa efektivitas lebih memfokuskan pada akibat atau pengaruh. sedangkan efisiensi berarti tepat atau sesuai untuk mengerjakan sesuatu dengan tidak membuang-buang waktu, tenaga dan biaya.

Adapun efektivitas menurut beberapa para ahli:

1. Menurut Ravianto

Pengertian efektivitas ialah seberapa baik pekerjaan yang dilakukan, sejauh mana orang menghasilkan keluaran sesuai dengan yang diharapkan. Artinya apabila suatu pekerjaan dapat diselesaikan sesuai dengan perencanaan, baik dalam waktu, biaya, maupun mutunya maka dapat dikatakan efektif.

2. Menurut Gibson et.al.

Pengertian efektivitas adalah penilaian yang dibuat sehubungan dengan prestasi individu, kelompok dan organisasi. Semakin dekat prestasi mereka terhadap prestasi yang diharapkan "standar" maka mereka dinilai semakin efektif.

3. Menurut Prasetyo Budi Saksono

Pengertian efektivitas adalah seberapa besar tingkat kelekatan antara keluaran "output" yang dicapai dengan keluaran yang diharapkan dari jumlah masukan "input" dalam suatu perusahaan atau seseorang.

4. Menurut Sondang P. Siagian

Pengertian efektivitas ialah suatu pemanfaatan sarana prasarana, sumber daya dalam jumlah tertentu yang sebelumnya telah ditetapkan untuk

menghasilkan sejumlah barang atau jasa kegiatan yang akan dijalankan oleh seseorang atau suatu perusahaan.

5. Menurut Schemerhon John R. Jr.

Arti efektivitas ialah pencapaian target keluaran “output” yang akan diukur dengan cara membandingkan output anggaran atau OA “seharusnya” dengan output realisasi atau OS “sesungguhnya”, jika $OA > OS$ maka akan dinilai efektif.

6. Menurut Wiyono

Efektifitas diartikan suatu kegiatan yang dilaksanakan dan memiliki dampak serta hasil sesuai dengan yang diharapkan.

7. Abdurrahmat

Efektivitas adalah manfaat sumber daya, sarana dan prasarana dalam jumlah tertentu yang secara sadar ditetapkan sebelumnya.

2.1.1 Teori Efektivitas

Efektivitas merupakan salah satu pencapaian yang ingin diraih oleh sebuah organisasi. Untuk memperoleh teori efektivitas peneliti dapat menggunakan konsep-konsep dalam teori manajemen dan organisasi khususnya yang berkaitan dengan teori efektivitas. Efektivitas tidak dapat disamakan dengan efisiensi. Karena keduanya memiliki arti yang berbeda, walaupun dalam berbagai penggunaan kata efisiensi lekat dengan kata efektivitas. Efisiensi mengandung pengertian perbandingan antara biaya dan hasil, sedangkan efektivitas secara langsung dihubungkan dengan pencapaian tujuan.

Efektivitas memiliki tiga tingkatan antara lain :

1) **Efektivitas Individu**

Efektivitas individu didasarkan pada pandangan dari segi individu yang menekankan pada hasil karya karyawan atau anggota dari organisasi.

2) **Efektivitas Kelompok**

Adanya pandangan bahwa pada kenyataan individu saling bekerja sama dalam kelompok. Jadi efektivitas kelompok merupakan jumlah kontribusi

dari semua anggota kelompoknya.

3) **Efektivitas Organisasi**

Efektivitas organisasi terdiri dari efektivitas individu dan kelompok. Melalui pengaruh sinergitas, organisasi mampu mendapatkan hasil karya yang lebih tinggi tingkatannya daripada jumlah hasil karya tiap-tiap bagiannya.

Serta memiliki dua pengertian efektivitas dari segi etimologi dan segi teori :

1) Segi Etimologi

Kata efektif yang kita pakai di Indonesia merupakan padanan kata dari bahasa Inggris yaitu dari kata "effective". Arti dari kata ini yakni berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata efektifitas mempunyai beberapa pengertian yaitu, akibatnya, pengaruh dan kesan, manjur, dapat membawa hasil (KKBI, 1995) Dalam kamus kamus Ilmiah Populer, efektivitas adalah ketepatan guna, hasil guna, menunjang tujuan.(Widodo, 2002). Berdasarkan kamus seperti yang disebutkan di atas, efektivitas adalah akibat dari suatu kegiatan, pengaruh dari sebuah aktivitas, menunjang tujuan atau mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Demikian definisi yang ditulis dalam kamus tentang arti kata efektivitas. Dengan

memahami pengertian efektivitas berdasarkan definisi kamus, kita memiliki pengertian yang oikumenis se Indonesia bahkan dunia. Yang saya maksudkan dengan oikumenis adalah kebersamaan dalam kosmos Indonesia dan dunia. Definisi kamus terhadap kata efektivitas tentu sudah menjadi arti standar ketika kata itu digunakan di berbagai tempat.

2) Segi Teori

Pengertian kamus sebagaimana yang dimaksud di atas artinya selalu sama waktu ke waktu. Namun tidak demikian dengan pengertian sesuatu kata dalam teori-teori tertentu. Dalam bahasan ini, yakni kata efektivitas.

Kata efektivitas memiliki pengertian yang beragam bila ditempatkan dalam teori efektivitas. Dalam teori manajemen pendidikan, efektivitas diartikan ukuran keberhasilan mencapai tujuan organisasi. Suatu organisasi dikatakan efektif bila orgnaisasi itu mencapai tujuan dalam organisasi tersebut. Dalam hal ini, efektivitas sebagai tingkat pencapaian organisasi dalam jangka pendek dan jangka panjang. Organisasi itu efektif bila memenuhi kepuasan pelanggan, mencapai visi organisasi, pemenuhan aspirasi, menghasilkan keuntungan bagi organisasi, pengembangan sumber daya manusia organisasi, dan aspirasi yang dimiliki, serta memberikan dampak positif bagi masyarakat.

Efektivitas juga dapat didefinisikan dengan tiga hal yang menggambarkan tentang efektivitas, yaitu:

- 1) mengerjakan hal-hal yang benar, di mana sesuai dengan yang seharusnya diselesaikan sesuai dengan rencana dan aturannya.
- 2) mencapai tingkat di atas pesaing, di mana mampu menjadi yang terbaik dengan lawan yang lain sebagai yang terbaik.

- 3) membawa hasil, di mana apa yang telah dikerjakan mampu memberikan hasil yang bermanfaat.

2.2 Efisiensi

Efisiensi adalah suatu ukuran keberhasilan sebuah kegiatan yang dinilai berdasarkan besarnya biaya/ sumber daya yang digunakan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Dalam hal ini, semakin sedikit sumber daya yang digunakan untuk mencapai hasil yang diharapkan maka prosesnya dapat dikatakan semakin

efisien. Suatu kegiatan dapat dikatakan efisien jika ada perbaikan pada prosesnya, misalnya menjadi lebih cepat atau lebih murah. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), efisiensi dapat diartikan sebagai ketepatan cara

dalam melakukan sesuatu, dan kemampuan melaksanakan tugas dengan baik dan tepat tanpa membuang biaya, waktu, dan tenaga.

Efisiensi sering dilakukan pada berbagai bidang kehidupan manusia yang tentunya memiliki tujuan sebagai alasan dilakukannya efisiensi. Secara umum, tujuan efisiensi adalah sebagai berikut:

- a) Untuk mencapai suatu hasil atau tujuan sesuai dengan yang diharapkan.
- b) Untuk menghemat atau mengurangi penggunaan sumber daya dalam melakukan kegiatan.
- c) Untuk memaksimalkan penggunaan segala sumber daya yang dimiliki sehingga tidak ada yang terbuang percuma.
- d) Untuk meningkatkan kinerja suatu unit kerja sehingga *output*-nya semakin maksimal.
- e) Untuk memaksimalkan keuntungan yang mungkin didapatkan.

Dari penjelasan di atas kita mengetahui bahwa tujuan dari berbagai upaya efisiensi adalah untuk mencapai efisiensi optimal. Efisiensi optimal adalah perbandingan terbaik antara pengorbanan yang dilakukan untuk mendapatkan suatu hasil yang diharapkan.

2.2.1 Macam – Macam Efisiensi

Menurut Sarwoto (2014), macam – macam efisiensi terdapat 3, yaitu :

1) Engineering Efficiency

Engineering Efficiency adalah perbandingan antara jumlah satuan benda yang digunakan dengan benda yang dihasilkan.

2) Bussniess Efficiency

Bussniess Efficiency adalah perbandingan antara biaya yang dikeluarkan dengan penghasilan yang masuk.

3) Social Efficiency

Social Efficiency adalah perbandingan antara pengorbanan yang dilakukan oleh manusia dengan kepuasan atau manfaat yang diperoleh atau dapat dinikmati.

2.2.2 Unsur Efisiensi

Efisiensi dapat terlihat dari 2 (dua) unsur yaitu kegiatan dan hasil dari kegiatan tersebut.

Efisiensi adalah tolak ukur keberhasilan yang dinilai dari besarnya sumber atau biaya untuk mencapai tujuan dari kegiatan yang dijalankan.

1) Unsur Kegiatan

Suatu tindakan yang disebut efisien apabila dengan usaha tersebut dapat memberikan hasil yang maksimal.

2) Unsur Hasil

Suatu hasil pekerjaan dikatakan efisien apabila hasil tersebut dapat dicapai dengan usaha (waktu, biaya, metode kerja) yang minimal.

2.2.3 Penyebab Terjadinya Efisiensi

Terjadinya efisiensi dapat disebabkan oleh:

- 1) Penggunaan manajemen yang modern.
- 2) Penggunaan sumber daya selain manusia atau tenaga binatang.
- 3) Mekanisme yang dengan sendirinya dapat menyesuaikan diri.
- 4) Penggunaan alat-alat yang distandarisasikan dan dapat ditukarkan satu sama lain.
- 5) Meninggalkan proses produksi yang kompleks dengan menggantinya dengan proses produksi yang repetitif.
- 6) Pemberian tugas khusus, pembagian kerja dan wewenang.

2.3 Penjualan

Penjualan adalah kegiatan yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan kepada usaha pemuasan kebutuhan serta keinginan pembeli/konsumen, guna untuk mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba atau keuntungan. Atau definisi penjualan adalah merupakan suatu kegiatan transaksi yang dilakukan oleh 2 (dua) belah pihak/lebih dengan menggunakan alat pembayaran yang sah. Penjualan juga merupakan salah satu sumber pendapatan seseorang atau suatu perusahaan yang melakukan transaksi jual & beli, dalam suatu perusahaan apabila semakin besar penjualan maka akan semakin besar pula pendapatan yang diperoleh seseorang atau perusahaan tersebut. Kegiatan usaha yang di tunjukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi. Dari definisi

tersebut kita dapat melihat bahwa proses pemasaran di mulai dari jauh sejak sebelum barang barang di produksi, tidak di mulai pada saat produksi selesai, juga tidak berakhir dengan penjualan.

Semua keputusan yang di ambil di bidang pemasaran harus menitik beratkan pada penentuan produk dan pemasarannya, harga, serta promosinya. Yang terpenting, pengusaha harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usaha berjalan terus, dengan membuat konsumen mempunyai pandangan yang baik atas barang dan jasa baik sebelum atau sesudah dilakukan penjualan.

2.3.1 Sistem Penjualan

Sistem penjualan adalah suatu sistem yang saling berhubungan (penjual dan calon pembeli) melalui prosedur dan sarana-sarana pendukung untuk menghasilkan sebuah informasi pemesanan dan terjadinya suatu keseriusan dalam bertransaksi. Sistem penjualan yang bisa di ambil contoh adalah sistem penjualan berbasis web yaitu: *E-Commers* adalah konsep baru yang menggambarkan proses pembelian dan penjualan, pertukaran barang jasa ataupun informasi melalui jaringan komputer termasuk dengan internet. Penjelasan mengenai pengertian penjualan ialah sebuah transaksi dilakukan dua pihak atau lebih antara satu orang ke orang lain dengan pembayaran yang sah yang menghasilkan suatu pendapatan atau kita jabarkan lagi secara luas pengertian penjualan ialah sebuah aktivitas yang bertujuan untuk mencari pembeli / mempengaruhi konsumen agar terdapat suatu transaksi yang dilakukan oleh kedua pihak dengan alat pembayaran yang sah dan saling menguntungkan bagi kedua pihak tersebut.

Adapun pendapat yang di keluarkan oleh beberapa ahli ilmu yang berbeda-beda tetapi mempunyai arti yang sama. Berikut pengertian penjualan menurut para ahli :

1. Henry Simamora

Pengertian penjualan ialah pendapatan lazim dalam perusahaan dan merupakan jumlah kotor yang dibebankan kepada pelanggan atas barang dan jasa.

2. Choirul Marom

Pengertian penjualan ialah Penjualan barang dagangan sebagai usaha pokok perusahaan yang biasanya dilakukan secara teratur.

3. Rhonda Abrams

Pengertian penjualan merupakan suatu aktivitas yang berinteraksi secara langsung dengan konsumen untuk memperoleh pesanan atau penjualan secara langsung.

4. Kholish Mahyuddin

Pengertian penjualan adalah kegiatan yang bertujuan agar produk yang kita tawarkan kepada konsumen bisa terbeli.

Begitu juga ada beberapa syarat dalam melakukan penjualan yaitu :

- a) Ada barang atau jasa
- b) Ada Penjual dan Pembeli
- c) Proses Penjualan (Dalam arti bisa transaksi penjualan ataupun promosi barang)
- d) Modal (Bisa Modal kecil atau besar)

2.3.2 Jenis-Jenis Penjualan

- a) *Cash sales* (penjualan tunai). *A business may sell merchandise for cash. Cash sales are normally entered (rung up) on a cash register and recorded in the accounts.* Yang berarti, sebuah bisnis dapat menjual barang dagangannya secara tunai. Penjualan tunai secara normal di masukkan pada register kas dan dicatat dalam rekening.
- b) *Sales on account* (penjualan kredit). *A business may sell merchandise on account. The seller records such sales as a debit to Account Receivable and a credit to Sales.* Yang berarti, sebuah bisnis dapat menjual barang dagangannya secara kredit. Penjual akan mencatat penjualan tersebut dengan piutang usaha pada debit dan penjualan pada kredit.

2.3.3 Tujuan Penjualan

Dalam suatu perusahaan, kegiatan penjualan merupakan kegiatan yang paling penting karena dengan adanya kegiatan penjual tersebut terbentuklah laba yang dapat menjamin kontinuitas perusahaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua perusahaan harus mengklasifikasikan suatu produk atau memberikan jasa sesuai permintaan penjualan. Penjualan harus menghasilkan suatu aliran pendapatan yang cukup untuk menutup biaya operasi perusahaan dan dapat memberikan suatu keuntungan bagi investor. Tujuan penjualan pada umumnya adalah untuk mencapai laba optimal dengan modal yang minimal. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan harus mempunyai sasaran dan misi tertentu.

2.3.4 Sasaran – Sasaran Penjualan

- 1) Memenuhi tujuan dalam sebuah organisasi.

- 2) Memenuhi gambaran kepada orang lain dalam sebuah organisasi tentang arti spesifik peranan mereka dalam organisasi.
- 3) Menimbulkan konsisten dalam hal pengambilan keputusan antara sejumlah besar manajer yang berbeda
- 4) Memberikan dasar untuk menyusun perencanaan spesifik.
- 5) Memberikan landasan untuk tindakan korektif serta pengawasan.

2.3.5 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Selain itu masalah produk, distribusi dan harga sebagai variabel pemasaran yang lain juga harus mempertimbangkan. Dalam praktek, kegiatan penjualan itu dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut:

1) Kondisi dan Kemampuan Penjual

Transaksi jual-beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat menyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni:

- a) Jenis dan barang yang ditawarkan.
- b) Harga produk.
- c) Syarat penjualan seperti: pembayaran, penghantaran, pelayanan sesudah penjualan, garansi dan sebagainya.
- d) Karakteristik barang yang ditawarkan.

2) Kondisi Pasar

Pasar, sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya.

Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu di perhatikan adalah:

- a) Jenis pasarnya
- b) Kelompok pembeli atau segmen pasarnya
- c) Daya belinya
- d) Frekuensi pembelian
- e) Keinginan dan kebutuhan

3) Modal

Akan lebih sulit bagi penjualan barang apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli, atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual. Dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dan membawa barangnya ke tempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti: alat transpor, tempat peragaan baik di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan, usaha promosi, dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjualan memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk itu.

4) Kondisi Struktur Perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu/ahli di bidang penjualan.

5) Faktor Lain

Faktor-faktor lain, seperti: periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan. Namun untuk

melaksanakannya, diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang bermodal kuat, kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Sedangkan bagi perusahaan kecil yang mempunyai modal relatif kecil, kegiatan ini lebih jarang dilakukan.

2.4 Sistem

Aktivitas dalam suatu perusahaan merupakan wujud dari suatu sistem, pelaksanaan rutinitas menjadi subsistem yang saling bekerjasama dan saling berkaitan antara satu dengan yang lain dalam sebuah sistem, pada dasarnya sistem adalah suatu kerangka yang disusun sesuai dengan skema yang menyeluruh untuk melaksanakan suatu kegiatan atau fungsi utama dari usaha yang dihasilkan oleh suatu proses tertentu yang bertujuan untuk menyediakan informasi untuk membantu mengambil keputusan manajemen operasi usaha dari hari ke hari serta menyediakan informasi yang layak untuk pihak di luar usaha.

Menurut Achmadi (2017), Sistem merupakan tatanan yang menggambarkan yang adanya rangkaian berbagai komponen yang memiliki hubungan serta tujuan bersama secara serasi, terkoordinasi yang bekerja atau berjalan dalam rangka waktu tertentu dan terencana.

2.4.1 Karakteristik Sistem

Karakteristik sistem adalah sistem yang mempunyai komponen-komponen, batas sistem, lingkungan sistem, penghubung, masukan, keluaran, pengolah dan sasaran, menurut Mulyanto (2009), adapun karakteristik sistem adalah sebagai berikut:

1) Mempunyai Komponen Sistem (*Components System*)

Suatu sistem tidak berada dalam lingkungan yang kosong, tetapi sebuah berada dan berfungsi di dalam lingkungan yang berisi sistem

lainnya. Suatu sistem terdiri dari sejumlah komponen yang saling berinteraksi, bekerja sama membentuk satu kesatuan.

2) Mempunyai Batas Sistem (*Boundary*)

Batas sistem merupakan pembatas atau pemisah antara suatu sistem dengan sistem yang lainnya atau dengan lingkungan luarnya.

3) Mempunyai Lingkungan (*Environment*)

Lingkungan luar adalah apapun di luar batas dari sistem yang dapat mempengaruhi operasi sistem, baik pengaruh yang menguntungkan ataupun yang merugikan. Pengaruh yang menguntungkan ini tentunya harus dijaga sehingga akan mendukung kelangsungan operasi sebuah sistem. Sedangkan lingkungan yang merugikan harus ditahan dan dikendalikan agar tidak mengganggu kelangsungan sebuah sistem.

4) Mempunyai Penghubung (*interface*) Antar Komponen

Penghubung (*interface*) merupakan media penghubung antara satu subsistem dengan subsistem yang lainnya. Penghubung inilah yang akan menjadi media yang digunakan data dari masukan (*input*) hingga keluaran (*output*). Dengan adanya penghubung, suatu subsistem dapat berinteraksi dan berintegrasi dengan subsistem yang lain membentuk satu kesatuan.

5) Mempunyai Masukan (*input*)

Masukan atau input merupakan energi yang dimasukkan ke dalam

sistem. Masukan dapat berupa masukan perawatan, yaitu bahan yang dimasukkan agar sistem tersebut dapat beroperasi dan masukan sinyal, yaitu masukan yang diproses untuk mendapatkan keluaran.

6) Mempunyai Pengolahan (*processing*)

Pengolahan (*process*) merupakan bagian yang melakukan perubahan dari masukan untuk menjadi keluaran yang diinginkan.

7) Mempunyai Sasaran (*Objective*) dan Tujuan

Suatu sistem pasti memiliki sasaran (*objective*) atau tujuan (*goal*). Apabila sistem tidak mempunyai sasaran, maka operasi sistem tidak akan ada gunanya. Tujuan inilah yang mengarahkan suatu sistem. Tanpa adanya tujuan, sistem menjadi tidak terarah dan terkendali.

8) Mempunyai Keluaran (*output*)

Keluaran (*output*) merupakan hasil dari pemrosesan. Keluaran dapat berupa informasi sebagai masukan pada sistem lain atau hanya sebagai sisa pembuangan.

9) Mempunyai Umpan Balik (*Feed Back*)

Umpan balik diperlukan oleh bagian kendali (*Control*) sistem untuk mengecek terjadinya penyimpangan proses dalam sistem dan mengembalikannya ke dalam kondisi normal.

Adapun pengertian sistem menurut beberapa para ahli:

1) Harijono Djojodihardjo

Menurut Harijono Djojodihardjo, pengertian sistem adalah gabungan obyek yang memiliki hubungan secara fungsi dan

hubungan antara setiap ciri obyek, secara keseluruhan menjadi suatu kesatuan yang berfungsi.

2) Indrajit

Menurut Indrajit, pengertian sistem adalah kumpulan dari komponen-komponen yang saling memiliki unsur keterkaitan antara satu dengan lainnya.

3) Jogianto

Menurut Jogianto, definisi sistem adalah kumpulan dari elemen-elemen yang berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan tertentu yang menggambarkan berbagai kejadian dan kesatuan yang nyata, seperti tempat, benda dan orang-orang yang betul-betul ada dan terjadi.

4) Colin Cherry

Menurut Colin Cherry, pengertian sistem adalah suatu keseluruhan yang telah dibentuk dari berbagai macam bagian atau suatu assambel dari berbagai macam sifat dan bagian-bagian tersebut.

5) R. Fagen dan A. Hall

Menurut R. Fagen dan A. Hall, definisi sistem adalah kumpulan dari objek yang mempunyai suatu hubungan antara masing-masing obyek termasuk hubungan mengenai sifat-sifat yang mereka miliki.

6) Jerry FitzGerald

Menurut Jerry FitzGerald, pengertian sistem adalah suatu jaringan kerja daripada prosedur-prosedur yang saling berkaitan,

berkumpul secara bersama-sama agar dapat menjalankan suatu kegiatan atau mencapai tujuan tertentu.

7) Andri Kristanto

Menurut Andri Kristanto, pengertian sistem adalah suatu jaringan kerja dari prosedur yang saling berkaitan, berkumpul bersama untuk dapat melakukan aktivitas atau menyelesaikan suatu target tertentu.

2.4.2 Klasifikasi Sistem

Sistem merupakan suatu bentuk integrasi antara satu komponen dan komponen lain karena sistem memiliki sasaran yang berbeda untuk setiap kasus yang terjadi di dalam sistem tersebut. Oleh karena itu sistem dapat diklasifikasikan dari beberapa sudut pandang, seperti contoh sistem yang bersifat abstrak, sistem alamiah, sistem yang bersifat deterministik, dan sistem yang terbuka dan tertutup.

Berdasarkan uraian di atas, bahwa ukuran daripada efektifitas dan efisiensi harus adanya suatu perbandingan antara masukan dan keluaran, ukuran daripada efektifitas dan efisiensi harus adanya tingkat kepuasan dan adanya penciptaan hubungan kerja yang kondusif serta intensitas yang tinggi, artinya ukuran daripada efektifitas dan efisiensi adanya keadaan rasa saling memiliki dengan tingkatan yang tinggi.

2.4.3 Jenis-Jenis Sistem

Secara garis besar jenis sistem dapat dibedakan menjadi dua kategori, yaitu:

- 1) Berdasarkan Keterbukaan

- a) Sistem terbuka, yaitu suatu sistem yang dapat dipengaruhi oleh pihak luar karena adanya akses terbuka.
- b) Sistem tertutup, yaitu suatu sistem yang tidak dipengaruhi oleh pihak luar karena aksesnya tertutup.

2) Berdasarkan Komponen

- a) Sistem fisik, yaitu suatu sistem yang memiliki komponen energi dan materi.
- b) Sistem non-fisik, yaitu suatu sistem yang bentuknya abstrak, misalnya berupa ide, konsep, dan hal-hal lainnya.

2.4.4 Unsur-Unsur dan Elemen Dalam Sistem

Suatu sistem dibentuk oleh unsur-unsur tertentu. Setiap sistem terdiri dari empat unsur, yaitu:

- 1) Obyek, di dalam sistem terdapat sekumpulan obyek (fisik/ abstrak) dalam bentuk elemen, bagian, atau variabel.
- 2) Atribut, sesuatu yang menentukan mutu atau sifat kepemilikan suatu sistem dan obyeknya.
- 3) Hubungan internal, setiap elemen saling terikat menjadi satu kesatuan.
- 4) Lingkungan, tempat atau wilayah dimana sistem berada.

Sedangkan elemen pembentuk suatu sistem dapat dibagi menjadi tujuh bagian, yaitu:

- 1) Tujuan, sistem dibuat untuk mencapai tujuan (output) tertentu yang ingin dicapai.

- 2) Masukan, semuanya yang masuk ke dalam sistem akan diproses, baik itu obyek fisik maupun abstrak.
- 3) Proses, yaitu transformasi dari masukan menjadi keluaran yang lebih memiliki nilai, misalnya produk atau informasi. Namun juga bisa dapat berupa hal yang tak berguna, misalnya limbah.
- 4) Keluaran, ini adalah hasil dari pemrosesan dimana wujudnya bisa dalam bentuk informasi, saran, cetakan laporan, produk, dan lain-lain.
- 5) Batas, sesuatu yang memisahkan antara sistem dan daerah di luar sistem. Dalam hal batas akan menentukan konfigurasi, ruang lingkup, dan hal-hal lainnya.
- 6) Pengendalian dan Umpan Balik, mekanismenya dapat dilakukan dengan memakai feedback terhadap keluaran untuk mengendalikan masukan maupun proses.
- 7) Lingkungan, segala sesuatu di luar sistem yang berpengaruh pada sistem, baik menguntungkan maupun merugikan.

2.5 Tinjauan Empirik

Tinjauan Empirik merupakan hasil penelitian terdahulu yang mengemukakan beberapa konsep yang relevan dan terkait dengan sikap dan perilaku konsumen dan juga suatu keadaan yang bergantung pada bukti yang telah diamati oleh seseorang. Terkait dengan judul yang ingin penulis teliti, maka ada pula tinjauan empirik dari penelitian terdahulu, yaitu seperti berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1.	Phillea Noviasiw, 2011	Analisis efektivitas dan efisiensi sistem pembelian bahan baku rokok pada PT. Djitor Indonesia PT. Djitoe Indonesia Tobako Surakarta.	Efektivitas dan efisiensi pembelian bahan baku PT. Djitor Indonesia Tobako dapat dipertimbangkan sebagai analisis yang efektif dalam mencegah dan mendeteksi kesalahan saji.
2.	Irvan Zevi, 2014	Analisis efektivitas dan efisiensi bahan baku rokok pada PT. Proderma Sukses Mandiri.	Efektivitas dan efisiensi pemasaran PT. Proderma Sukses menggunakan baruan pemasaran marketing 7P yang terdiri Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process..

3.	Linda Setiowidagdo, 2011	Efektivitas dan efisiensi penjualan sebagai alat informasi bagi manajemen perusahaan rokok NV. "X" di surabaya.	Akuntansi merupakan alat yang penting bagi perusahaan untuk memberikan informasi kuantitatif tentang kegiatan perusahaan. Informasi akuntansi ini sangat penting bagi perencanaan dan pengendalian yang dilakukan oleh pimpinan perusahaan. Selain itu informasi ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan oleh pihak intern maupun extren.
----	--------------------------------	---	--

Sumber : Data Diolah 2019

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian Kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna (perspektif subjek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan [teori](#) dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan [fakta](#) di lapangan. Selain itu landasan teori ini juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian. Terdapat perbedaan mendasar antara peran landasan teori dalam [penelitian](#) kuantitatif dengan penelitian kualitatif. Dalam penelitian kuantitatif, penelitian berangkat dari teori menuju [data](#), dan berakhir pada penerimaan atau penolakan terhadap teori yang digunakan; sedangkan dalam penelitian kualitatif peneliti bertolak dari data, memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjelas, dan berakhir dengan suatu "teori". Kriyantono, 2004. menyatakan bahwa, "Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya." Penelitian kualitatif menekankan pada kedalaman data yang didapatkan oleh peneliti. Semakin dalam dan detail data yang didapatkan, maka semakin baik kualitas dari penelitian kualitatif ini.

3.2 Lokasi Penelitian Dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di PT. HM Sampoerna Tbk. Salah satu perusahaan rokok yang berada di Kota Makassar dan lama waktu penelitian yaitu 60 hari (2 bulan) akhir bulan juni 2019 hingga awal september 2019.

3.3 Sumber Data

Adapun jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden dengan menggunakan teknik wawancara mendalam dan intensif dengan narasumber atau para informan yaitu para pelaku penjual atau distributor rokok philpmoris.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari buku-buku, nota-nota, dokumen yang berhubungan dengan penelitian.

Sehingga teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono, 2012. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari peneliti adalah mendapat data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang diterapkan. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

a. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Ridwan, 2004). Dalam hal ini peneliti terjun langsung ke tempat penelitian untuk melihat kondisi yang sebenarnya.

b. Wawancara/interview

Wawancara dilakukan kepada HRD dan karyawan PT. HM Sampoerna, Tbk. Wawancara yang dilakukan peneliti yaitu tanya jawab melalui lisan (dialog), kemudian ditulis dan disimpulkan dalam bentuk deskriptif sebagai data penelitian.

c. Dokumen

Data ini diperoleh peneliti dari buku-buku dan berdasarkan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian analisa pengendalian internal atas sistem penggajian di PT. HM Sampoerna, Tbk.

3.5 Teknik Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono, 2012. Mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Melalui proses analisis yang merupakan usaha untuk menentukan jawaban atas pertanyaan perihal rumusan dan pelajaran-pelajaran atau hal-hal yang kita peroleh dalam proyek penelitian dengan mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Aktivitas dalam analisis data yaitu :

a) *data reduction* (Reduksi Data)

mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang direduksi akan melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

Bagi peneliti yang masih baru, dalam melakukan reduksi data dapat mendiskusikan pada teman atau orang lain yang dipandang ahli. Melalui diskusi itu, maka wawasan peneliti akan berkembang, sehingga dapat mereduksi data-data yang memiliki nilai temuan dan pengembangan teori yang signifikan.

b) *data display* (Penyajian Data)

dalam penelitian kualitatif, penyajian data bias dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori. *Flowchart* dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

c) *conclusion drawing/verification*

langkah selanjutnya dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2012) adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat penelitian kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

3.6 Pengecekan Validitas Data

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi yang mendalam, mencari informasi dari beberapa sumber serta yang relevan. Hal ini dilakukan agar diperoleh temuan yang dapat diyakini kredibilitasnya. Peneliti melakukan analisa pengendalian internal atas sistem penjualan.

3.7 Tahap-Tahap Penelitian

Dalam penelitian ini ada beberapa tahapan penelitian yang perlu dilakukan agar proses penelitian lebih terarah. Terdapat tiga pokok tahapan penelitian kualitatif, yaitu:

a) Tahap Pra Lapangan

Tahap ini merupakan tahapan awal sebelum peneliti terjun langsung ke lapangan (persiapan). Ini dilakukan agar peneliti menambah pengetahuan dan melakukan kesiapan yang optimal tentang penelitian yang akan dilakukan. Oleh karena itu, ada tujuh hal yang harus dilakukan yaitu :

- 1) Memilih lapangan penelitian
- 2) Memilih informan
- 3) Menyusun rancangan penelitian
- 4) Mengurus perizinan
- 5) Menilai keadaan lapangan
- 6) Menyiapkan perlengkapan penelitian
- 7) Persoalan etika penelitian

b) Tahapan Pekerjaan Lapangan

Pada tahapan ini, peneliti mulai memasuki lapangan penelitian yang menjadi wilayah garapannya. Agar peneliti dapat menguasai lapangan penelitian dengan baik, maka ada tiga hal yang harus dikerjakan yaitu, memahami latar penelitian, memasuki lapangan dan mengumpulkan data.

c) Tahapan Analisis Data

Ketika peneliti telah mendapatkan cukup data, maka langkah terakhir dalam penelitian ini adalah menganalisis data tersebut. Ini perlu dilakukan karena data yang diperoleh terlalu banyak maka untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan fokus penelitian, analisis data harus dilaksanakan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1.1 Gambaran Umum Rokok Philpmoris

1.1.1 Sejarah Rokok Philpmoris

Philipmoris International Inc. (NYSE: PM) adalah sebuah perusahaan publik asal Amerika Serikat yang bergerak di industri rokok dan tembakau. Saat ini, markas pusat Philipmoris International Inc. terletak di 120 Park Ave., New York City, New York, dan dipimpin oleh CEO André Calantzopoulos. Pada tahun 2013, Philipmoris International Inc. masuk dalam daftar Fortune 500, sebuah daftar peringkat perusahaan berdasarkan pendapatan kotornya yang dibuat oleh majalah Fortune setiap tahun. Philipmoris International Inc.

Fortune juga mencatat bahwa pada tahun 2013, Phillipmoris International, Inc fokus pada penyediaan rokok dan produk tembakau melalui anak-anak perusahaannya. Afiliasi Philipmoris International di Indonesia, PT Philipmoris Indonesia, membeli 40% saham PT. HM Sampoerna, Tbk. Perusahaan rokok terbesar pertama di Indonesia pada tanggal 1 Januari 2005, menaikkan jumlah saham mereka di perusahaan tersebut hingga sekitar 100%.

1.1.2 Proses Bisnis atau Layanan

Rokok Philpmoris pada PT. HM Sampoerna, Tbk merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang industri rokok dan tembakau. Kegiatan utamanya yaitu memproduksi dan mendistribusikan rokok kepada konsumen.

1.1.2.1 Produk atau Jasa

Produk kemasan rokok ini menggunakan basis warna merah darah, hitam, dan kuning. Bagian depan yang tak terlihat di foto, terdapat pattern khas brand Philipmorris yakni panah yang cenderung mengarah ke bawah dan panah yang mengarah ke atas. Panah ini melambangkan unsur Inggris yang klasik, dan

memiliki sifat elegan. Bila disentuh, maka pattern cenderung memiliki emboss halus namun terasa. Bagian tengah kemasan terdapat siluet dari Sir Philip Morris, seorang ahli peracik tembakau asal London, Inggris yang membuat rokok pertamanya yakni Philip Morris. Siluet memiliki unsur topi Top Hat, unsur muka dari Sir Philip Morris, dasi, tuxedo, dan tongkat kayu sebagai pelambang bahwa Sir Philip Morris merupakan orang terkenal dan memiliki wibawa. Siluet memiliki warna gabungan silver dan merah darah. Siluet memiliki unsur emboss halus namun cukup tebal. Terdapat tulisan ESTD di bagian kiri siluet dan 1847 di bagian kanan siluet, menandakan bahwa brand ini sudah ada sejak tahun 1847. Terdapat semacam emblem berbentuk jajar genjang, dengan adanya garis sayatan di bagian kiri atas, kanan atas, kiri bawah, dan kanan bawah berwarna putih.

Terdapat tulisan PHILIP MORIS dengan adanya tulisan PHILIP berwarna putih, dan MORIS berwarna putih. Tulisan PM di tengah menggunakan warna abu-abu. Font tulisan Philip Morris memiliki kesamaan dengan produk yang ada di Eropa Timur, dan emblem ini merupakan desain terbaru dari Philip Morris secara global. Tulisan memiliki efek emboss tebal dan cenderung kuat. Terdapat semacam kotak yang memiliki gradasi kecil bertuliskan BOLD. Di bagian bawah terdapat tulisan LONDON, ENGLAND berwarna kuning. Dan dibawah bertuliskan 12 FILTER KRETEK.

1.1.2.2 Transaksi atau Kegiatan Pelayanan

Terdapat beberapa metode transaksi yang ditawarkan rokok Philip Morris pada PT. HM Sampoerna, Tbk. antara lain:

1. Transaksi Internal

Transaksi internal adalah sebuah transaksi yang terjadi di dalam perusahaan, yaitu transaksi yang hanya melibatkan personalia yang terdapat di dalam

sebuah perusahaan saja. Transaksi internal lebih menekankan pada perubahan posisi keuangan yang terjadi dibagian dalam perusahaan.

2. *Transaksi Eksternal*

Transaksi eksternal adalah suatu transaksi yang melibatakan pihak luar perusahaan. yaitu transaksi yang melibatkan orang luar atau organisasi luar. Transaksi eksternal juga dapat diartikan sebagai bukti pencatatan atas kegiatan-kegiatan yang terjadi pada perusahaan yang berhubungan dengan pihak luar dari perusahaan tersebut.

3. *Retail*

Retail adalah suatu transaksi yang pemasaran produknya meliputi semua aktivitas yang melibatkan penjualan [barang](#) secara langsung ke konsumen akhir untuk penggunaan pribadi.

4. *Distributor*

Distributor, melakukan transaksi dengan membeli produk langsung dari produsen dan menjualnya kembali ke toko atau bisa juga langsung ke konsumen pribadi.

5. *Agen atau Reseller*

Agen atau Reseller adalah seseorang yang menjual produk dari distributor ke konsumen. Agen biasanya dibentuk langsung oleh pemilik usaha kecil menengah.

1.1.2.3 Sistem Informasi

Sistem Informasi yang digunakan rokok philpmoris pada PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk. (Sampoerna) yaitu ERP (Enterprise Resource Planning) Dalam perkembangannya, operasional harian menjadi sangat rumit. Salah satu departemen yang mengalaminya adalah departemen logistik yang pekerjaan hariannya menyatukan data-data persediaan bahan baku, distribusi bahan baku, data produksi. Data-data tersebut terkumpul pada akhir jam kerja,

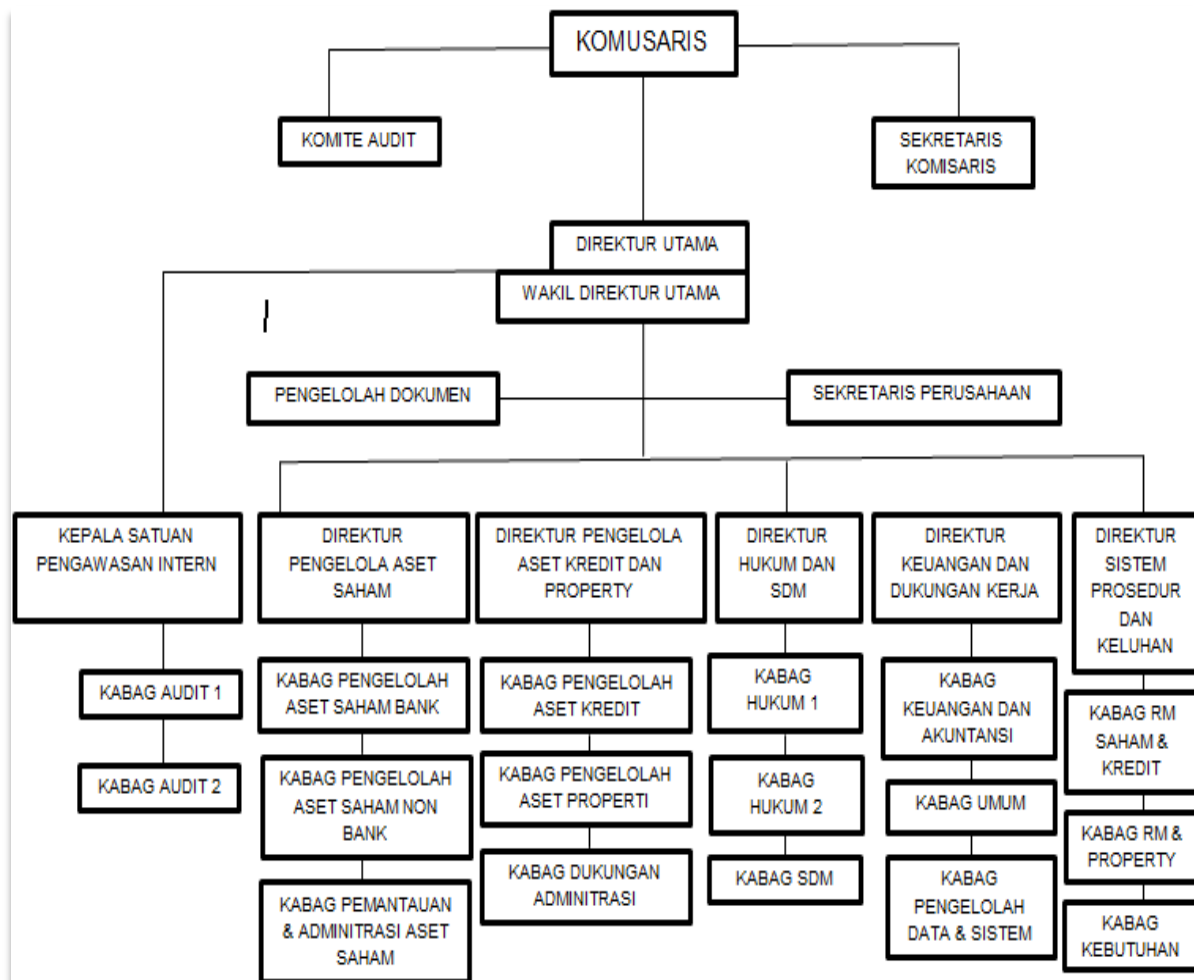
sehingga menyulitkan. Ini dilakukan dengan manual, sehingga bisa dibayangkan sulitnya jika data-data tersebut terdiri dari ribuan data dan memerlukan proses yang lama. Masalah tersebut mendorong PT. HM Sampoerna untuk membangun Teknologi Informasi, yang dimulai pada tahun 1992. Pembangunan fondasi sistem TI di HMS dimulai tahun 1992, sedangkan peralihan dari pola local area network (LAN) ke wide area network (WAN) dilakukan pada 1995. Setelah itu, aplikasi bisnis korporat menjadi fokus perhatian berikutnya. Setelah melalui proses screening, manajemen memutuskan untuk menggunakan aplikasi ERP dari Oracle (yang masih dipakai hingga sekarang).

ERP (Enterprise Resource Planning) sendiri merupakan sebuah teknologi sistem informasi yang terintegrasi dan digunakan oleh manufaktur kelas dunia dalam meningkatkan kinerja perusahaan. ERP adalah suatu sistem, baik sebagai suatu sistem perencanaan, maupun sebagai sistem informasi. ERP dari Oracle yang dipakai oleh PT. HM Sampoerna memiliki beberapa kelebihan yaitu, seperti:

- 1) Dukungan layanan konsultasi
- 2) Berfokus pada solusi e-bisnis
- 3) Ukuran atabase yang relatif besar
- 4) Multiuser
- 5) Connetibility
- 6) Hight transaction processing performance
- 7) Availability
- 8) Manajement keamanan yang baik
- 9) Pengendalian data

1.1.3 Struktur Organisasi

Gambar 4.1 Struktur organisasi rokok philpmoris pada PT. HM Sampoerna, Tbk.



Sumber: PT. HM Sampoerna, Tbk. 2019

1. Pemegang saham

Pemegang saham berada paling atas struktur organisasi perusahaan, yang biasanya diadakan setiap setahun sekali pada akhir juni. Didalam rapat tersebut Direksi berkewajiban memberikan laporan perihal jalannya

perusahaan dari tata usaha keuangan dari tahun buku yang lalu yang harus ditentukan dan disetujui, dan juga dalam RUPS ini dilakukan penunjukan akuntan publik yang terdaftar.

2. *Dewan Komisaris*

Dewan Komisaris terdiri dari seorang Presiden Komisaris dan dua orang anggota komisaris. Tugas utama dari Dewan Komisaris yaitu mempunyai wewenang untuk memberhentikan Direksi Apabila terdapat suatu tindakan dari direksi yang bertentangan dengan anggaran dasar dan tujuan dari perusahaan.

3. *Direksi*

Direksi terdiri dari presiden direktur dan 2 orang direktur yang secara bersama-sama mempunyai hak dan wewenang mewakili dan bertindak atas nama direksi.

4. *Direktur Pelaksana (CEO)*

Direktur Pelaksana tugasnya yaitu :

- a) Mengkoordinir seluruh kegiatan perusahaan termasuk sumber daya manusia (SDM), Administrasi, pemasaran, manufacturing, litbang dan keuangan.
- b) Memberikan pengarahan dan petunjuk kepada para pelaksana dan mengawasi keseimbangan antara wewenang dan tanggung jawab serta memastikan bahwa prosedur kerja di dalam perusahaan berjalan lancar.

5. *Divisi Sumber Daya Manusia*

Divisi Sumber Daya Manusia divisi ini terdiri dari bagian Personalia, Rencana Pengembangan dan Kesejahteraan.

a) *Personalia*

Bagian ini bertugas melaksanakan system pengolaan dan pemeliharaan administrasi kepegawaian serta melaksanakan dan memenuhi perijinan

dan peraturan yang berkaitan dengan ketenagakerjaan maupun hukum yang mengatur mengenai pengelolaan perusahaan.

b) Rencana Pengembangan

Bagian ini bertugas menyediakan system rekrutmen dan seleksi tenaga kerja bagi perusahaan, menyediakan system pelatihan dan pengembangan SDM dan menyediakan system evaluasi terhadap SDM.

c) Kesejahteraan

Bagian ini bertugas menyediakan system pemberian tunjangan yang sesuai dengan karyawan.

6. *Devisi Adminitrasi*

Devisi Adminitrasi divisi ini terdiri dari Bagian Umum, Hukum, dan Hubungan Masyarakat. Bagian umum bertugas menyelesaikan pendokumentasian atas dokumen-dokumen penting perusahaan serta penyusunan daftar hadir. Bagian Hukum bertugas membuat serta mengontrol terhadap pelaksanaan hukum yan berlaku di perusahaan. Dan bagian Hubungan Masyarakat bertugas memberikan keterangan mengenai perusahaan pada masyarakat.

7. *Devisi Pemasaran*

Devisi Pemasaran, menganalisa pemasaran, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian hasil produksi sampai ketangan konsumen. Divisi ini terdiri dari penelitian pasar, pengendalian merk, pemasaran lapangan, koordinasi penjualan.

8. *Devisi Manufacturing*

Devisi Manufacturing divisi ini terdiri dari bagian Bahan Baku, Produksi, Engineering. Bertugas menyediakan dan mengontrol bahan baku yang akan diproses sehingga menghasilkan produk yang diinginkan, mengontrol atas produk yang bsedang diracik sampai produk tersebut selesai serta mengecek jalannya proses perakitan.

9. *Devisi Litbang*

Devisi Litbang divisi ini terdiri dari bagian Laboratorium, Pengembangan Produk, Pengontrolan mutu dan penelitian dasar.

10. *Devisi Keuangan*

Devisi Keuangan divisi ini terdiri dari bagian Bendahara, Akuntansi dan EDP. Bagian bendahara bertugas menangani masalah dana. Bagian akuntansi bertugas menangani pemuatan laporan keuangan dan aktualisasi. Bagian EDP bertugas memproses data-data yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan, mulai dari menginput data baru, mengolah dan meyeleksi data yang sudah ada.

4.2 Hasil dan Pembahasan Penelitian

4.2.1 Sistem Penjualan Rokok Philpmoris Pada PT. HM Sampoerna, Tbk

Sistem penjualan rokok Philpmoris pada PT. Sampoerna, Tbk. Tidak jauh berbeda dengan sistem penjualan rokok pada umumnya, yaitu melalui:

a. *Distributor*

Distributor yang melakukan transaksi dengan membeli produk langsung dari produsen dan menjualnya kembali ke toko atau bisa juga langsung ke konsumen pribadi.

b. *Agen atau Reseller*

Agen atau Reseller adalah seseorang yang menjual produk dari distributor ke konsumen. Agen biasanya dibentuk langsung oleh pemilik usaha kecil menengah.

c. *Retail*

Retail adalah suatu transaksi yang pemasaran produknya meliputi semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang secara langsung ke konsumen akhir untuk penggunaan pribadi.

d. *CP (community promoter)*

Mahasiswa(i) yang mempromosikan serta menjual produk rokok philpmoris ke-para mahasiswa yang mengkonsumsi rokok terkhusus di area kampus.

4.2.2 Sistem Penjualan Rokok Philpmoris Pada PT. HM Sampoerna, Tbk

1. Fungsi yang terkait dalam sistem penjualan rokok philpmoris pada PT. HM Sampoerna
 - a. Penjualan

Mengelolah pesanan pelanggan, mencatat pesanan dan membuat tanda terima.
 - b. Kepala Gudang

Mencatat buku order gudang, membuat surat jalan dan faktur sekaligus berwenang untuk mengambil keputusan tentang layak atau tidaknya barang dikirim.
 - c. Mandor dan Buruh

Bertugas untuk menyiapkan barang dan memuat barang.
 - d. Pengiriman

Untuk mengirim barang ke lokasi pelanggan
 - e. Keuangan

Menerima uang yang dari pelanggan lalu disetorkan ke bank dan membuat buku setoran
 - f. Pelanggan

Menerima tanda terima dari bagian penjualan
2. Dokumen yang terkait dalam sistem penjualan rokok philpmoris pada PT. HM Sampoerna

a. TT (tanda terima)

Surat tanda terima adalah sebuah tanda bukti yang dikirimkan oleh perusahaan terkait dengan penerimaan barang/jasa yang diberikan. Biasanya, surat ini akan diberikan bersamaan dengan produk dalam suatu jasa ekspedisi.

b. SJ (surat jalan)

Surat jalan adalah dokumen yang disertakan dengan suatu barang pengiriman dari suatu tempat yang lain.

c. Faktur

Faktur adalah suatu perhitungan penjualan kredit yang diberikan oleh penjual kepada pembeli atau konsumen.

d. Bukti Setoran

Bukti setoran adalah catatan transaksi (slip setoran) yang disediakan oleh pihak perusahaan untuk digunakan setiap melakukan setoran uang.

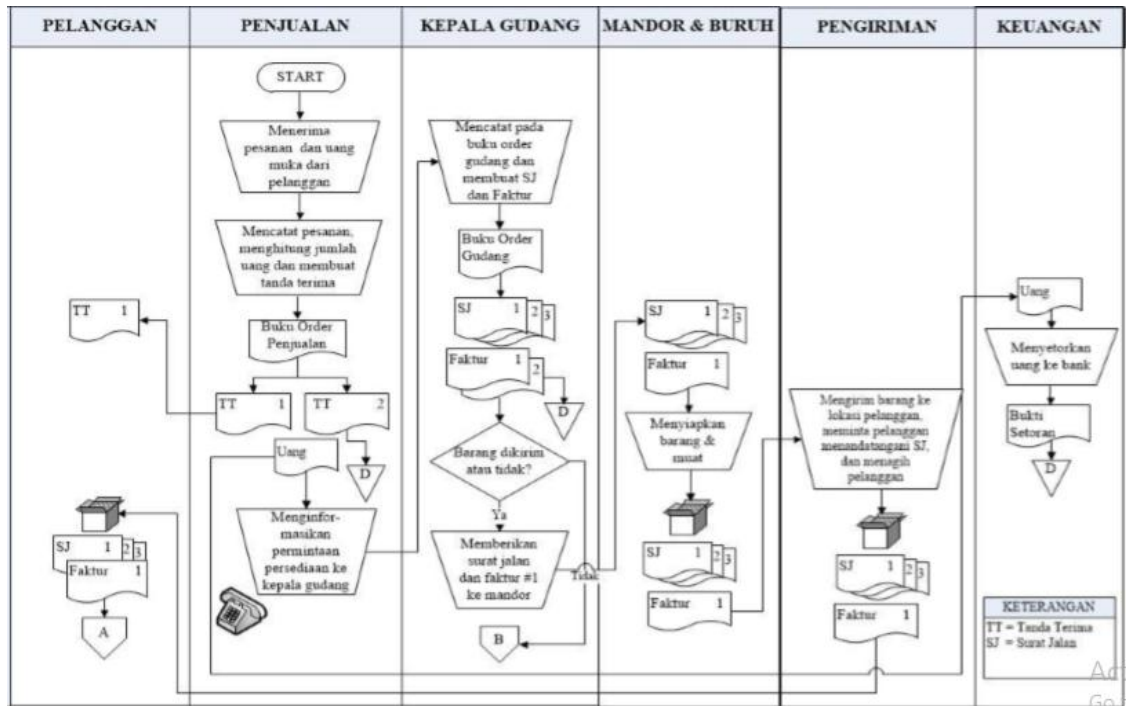
e. Bukti Order Penjualan

Bukti order penjualan adalah bukti dokumen yang digunakan untuk merekam pesanan dari konsumen atau pelanggan.

f. Bukti Order Gudang

Bukti order gudang adalah bukti dokumen yang digunakan untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran barang dari gudang.

Gambar 4.2 Bagan Alir Sistem Penjualan Rokok Philpmoris Pada PT. HM Sampoerna, Tbk.



Sumber: PT. HM Sampoerna, Tbk. 2009

Penjelasan dari diagram alir sistem penjualan rokok philpmoris pada PT. HM Sampoerna, Tbk. Adalah sebagai berikut :

1. Dari penjual mengelola penerimaan pesanan dan uang muka dari pelanggan, mencatat pesanan, menghitung jumlah uang dan membuat tanda terima untuk dibuatkan buku order penjualan lalu menginformasikan permintaan persediaan ke kepala gudang.
2. Kepala Gudang mencatat pada buku order gudang dan membuat surat jalan (sj) dan faktur, lalu melakukan pengecekan terhadap barang layak atau tidaknya untuk dikirim. Jika layak maka kepala gudang akan memberikan surat jalan (sj) dan faktur ke mandor.
3. Setelah menerima surat jalan (sj) dari kepala gudang maka tugas dari mandor adalah menyiapkan barang dan memuat barang.

4. Dari faktur itu digunakan pihak pengiriman untuk mengirim barang ke lokasi pelanggan dan meminta pelanggan untuk menandatangani surat jalan (sj) lalu menagih pelanggan.
5. Setelah mendapatkan uang dari pelanggan maka distor ke bagian keuangan lalu menyetorkan uang ke bank dan menerima bukti setoran.

4.2.3 Efektivitas dan Efisiensi Sistem Penjualan Rokok Philpmoris Pada PT. HM Sampoerna, Tbk

4.2.3.1 Efektivitas Sistem Penjualan Rokok Philpmoris Pada PT. HM Sampoerna, Tbk.

Efektivitas menurut Ravianto (2014) adalah seberapa baik pekerjaan yang dilakukan, sejauh mana orang menghasilkan keluaran sesuai dengan yang diharapkan. Artinya, apabila suatu pekerjaan dapat diselesaikan sesuai dengan yang diharapkan. Artinya apabila suatu pekerjaan dapat diselesaikan sesuai dengan perencanaan, baik dalam waktu, biaya, maupun mutu, maka dapat dikatakan efektif.

Mengukur efektivitas sistem penjualan rokok Philpmoris pada PT. HM Sampoerna, Tbk dengan menggunakan teori menurut Ravianto (2014) dengan hasil penelitian yang penulis temukan di PT. HM Sampoerna, Tbk.

Tabel 4.1

Efektivitas Sistem Penjualan Rokok Philpmoris Pada PT. HM Sampoerna, Tbk.

NO	Teori Ravianto	Hasil Penelitian Penulis Pada PT. HM Sampoerna, Tbk.	Efektivitas	Tidak Efektivitas
1.	Perencanaan	Dalam perencanaan sistem penjualan rokok philpmoris		

		<p>pada PT. HM Sampoerna, Tbk. Perencanaannya dalam sistem penjualan rokok, yaitu melalui:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Distributor 2) Agen atau Reseller 3) Retail 4) Community Promoter (CP) 	√	
2	Waktu	<p>Waktu yang digunakan dalam penjualan rokok philpmoris pada PT. HM Sampoerna, Tbk gunakan ialah, se lambat-lambat nya 1 minggu (7 hari) produk yang telah jadi harus sudah meninggalkan pabrik gudang untuk dipasarkan.</p>	√	
3	Biaya	<p>Biaya dalam penjualan rokok philpmoris pada PT. HM Sampoerna, Tbk. Mencakup:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Biaya Bahan Baku 2) Biaya Tenaga Kerja Langsung 3) Biaya Overhead Pabrik <p>Dan menggunakan metode <i>Variabel Costing</i> untuk menghitung harga pokok produk:</p> <p>BBB xxx BTKL xxx BOPV xxx HPP xxx</p>	√	
4	Mutu	<p>Untuk mutu rokok philpmoris pada PT. HM Sampoerna, Tbk. Sangat bergantung pada kualitas tembakaunya, yang diolah dan dipilih dari berbagai segi kualitas untuk kembali diolah dan dijadikan bahan baku. Ditinjau dari segi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Warna Daun 2) Pegangan/Body Daun 3) Posisi Daun 4) Aroma <p>Untuk mendapatkan mutu tembakau yang terbaik harus sangat memilih dari ke-empat</p>	√	

		segi seperti diatas.		
--	--	----------------------	--	--

Sumber : Data Diolah 2019

Mangacu dengan teori Ravianto (2014) yang mengemukakan efektivitas adalah apabila pekerjaan dapat diselesaikan sesuai dengan perencanaan, baik dalam waktu, biaya, mutunya maka dapat dikatakan efektif.

Dan meninjau hasil yang penulis teliti di perusahaan rokok philpmoris pada PT. HM Sampoerna, Tbk dapat dikatakan efektif.

4.2.3.2 Efisiensi Sistem Penjualan Rokok Philpmoris Pada PT. HM Sampoerna, Tbk.

Efisiensi menurut Ravianto (2014) adalah suatu ukuran keberhasilan sebuah kegiatan yang dinilai berdasarkan besarnya biaya/sumber daya yang digunakan untuk mencapai hasil yang diinginkan dan mempunyai beberapa penyebab terjadinya efisiensi, diantaranya:

1. Penggunaan manajemen yang modern.
2. Penggunaan sumber daya selain manusia atau tenaga binatang.
3. Mekanisme yang dengan sendirinya dapat menyesuaikan diri.
4. Penggunaan alat-alat yang distandarisasikan dan dapat ditukarkan satu sama lain.
5. Meningkatkan proses produksi yang kompleks dengan menggantinya dengan proses produksi yang repetitif.
6. Pemberian tugas khusus, pembagian kerja dan wewenang.

Mengukur efektivitas sistem penjualan rokok Philpmoris pada PT. HM Sampoerna, Tbk dengan menggunakan teori menurut Ravianto (2014) dengan hasil penelitian yang penulis temukan di PT. HM Sampoerna, Tbk.

Tabel 4.2

**Efisiensi Sistem Penjualan Rokok Philpmoris Pada PT. HM Sampoerna,
Tbk.**

NO	Teori Ravianto	Hasil Penelitian Penulis Pada PT. HM Sampoerna, Tbk.	Efisiensi	Tidak Efisiensi
1	Penggunaan Manajemen Yang Modern	Pada penggunaan manajemen yang modern di perusahaan rokok philpmoris PT. HM Sampoerna, Tbk. Menggunakan teknologi komputer yang membantu mengefisienkan waktu dalam penjadwalan produksi, strategi pengembangan produksi, perencanaan sumber daya manusia dan lainnya.	√	
2	Penggunaan Sumber Daya Selain Manusia Atau Tenaga Binatang	Penggunaan sumber daya selain manusia dan tenaga hewan di perusahaan rokok philpmoris pada PT. HM Sampoerna, Tbk. Selain menggunakan manusia juga menggunakan sumber daya berbasis komputer dan mesin agar proses produksi lebih efisien.	√	
3	Mekanisme Yang Dengan Sendirinya Dapat Menyesuaikan Diri	Dalam mekanisme yang dengan sendirinya dapat menyesuaikan diri di perusahaan rokok philpmoris pada PT. HM Sampoerna, Tbk. Yaitu mesin produksi yang bagian satu dengan bagian lainnya dalam suatu sistem untuk menghasilkan produksi sesuai dengan tujuan.	√	
4	Penggunaan Alat-Alat Yang Distandarisasi kan Dan Dapat Ditukarkan Satu Sama Lain	Penggunaan alat-alat dalam proses pembuatan rokok philpmoris pada PT. HM Sampoerna, Tbk. Menggunakan mesin soft pack dasar X1SC/4350/PACK-OW yang sewaktu-waktu bisa mengalami kendala lalu dapat		

		menukarkannya dengan mesin MK9 MAX S HCF80. Artinya mesin produksi yang saling berhubungan namun dapat ditukarkan fungsinya ketika salah satu mesin mengalami masalah.	√	
5	Meninggalkan Proses Produksi Yang Kompleks Dengan Menggantinya Dengan Proses Produksi Yang Repetitif	Proses produksi rokok philpmoris pada PT. HM Sampoerna, Tbk. Mempunya 2(dua) metode produksi yaitu menggunakan mesin atau menggunakan tangan manusia.	√	
6	Pemberian Tugas Khusus, Pembagian Kerja Dan Wewenang	Perusahaan rokok philpmoris pada PT. HM Sampoerna, Tbk. Memberikan setiap jabatan tugas khusus dari pemegang saham hingga devisi keuangan dan pembagian kerja yang berbeda, serta wewenang yang berbeda sesuai dengan tugas masing-masing.	√	

Sumber: Data Diolah 2019.

Mangacu dengan teori Ravianto (2014) yang mengemukakan efisiensi adalah suatu ukuran keberhasilan sebuah kegiatan yang dinilai berdasarkan besarnya biaya/sumber daya yang digunakan untuk mencapai hasil yang diinginkan dan mempunyai beberapa penyebab terjadinya efisiensi, diantaranya:

1. Penggunaan manajemen yang modern.
2. Penggunaan sumber daya selain manusia atau tenaga binatang.
3. Mekanisme yang dengan sendirinya dapat menyesuaikan diri.
4. Penggunaan alat-alat yang distandarisasikan dan dapat ditukarkan satu sama lain.
5. Meningkatkan proses produksi yang kompleks dengan menggantinya dengan proses produksi yang repetitif.

6. Pemberian tugas khusus, pembagian kerja dan wewenang.

Dan meninjau hasil yang penulis teliti di perusahaan rokok philpmoris pada PT. HM Sampoerna, Tbk dapat dikatakan efisien.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti dalam analisis efektivitas dan efisiensi sistem penjualan rokok philpmoris pada PT. HM Sampoerna, Tbk. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Sistem penjualan rokok philpmoris pada PT. HM Sampoerna, Tbk terdiri dari:
 - a. *Distributor*
 - b. *Agen atau Reseller*
 - c. *Retail*
 - d. *CP (community promoter)*
2. Pada PT. HM Sampoerna, Tbk sistem penjualan rokok phikpmoris dapat dikatakan sudah efektif dan efisiensi dimana dapat dilihat dari hasil dan pembahasan yang membandingkan antara teori Ravianto (2014) mengenai efektivitas dan efisiensi dan yang penulis temukan perusahaan rokok philpmoris pada PT. HM Sampoerna, Tbk.
3. Adanya kekurangan dalam pencatatan akuntansi pada sistem penjualan rokok philpmoris pada PT. HM Sampoerna, Tbk.

5.2 Saran

1. Sebaiknya rokok philpmoris pada PT. HM Sampoerna, Tbk. melakukan pencatatan akuntansi pada penjualan rokok agar tidak terjadi kesalahan antara pencatatan dan kas yang diterimaMenjadikan sistem penjualan *CP (community promoter)* hanya menjadi strategi

sampingan dan bukan menjadi strategi pokok dalam sistem penjualan rokok philpmoris pada PT. HM Sampoerna, Tbk.

2. DAFTAR PUSTAKA

- 3.
4. Achmadi, Umar Fahmi. 2017. *Aktivitas Sistem*. Tangerang: Perguruan Tinggi Rahaja.
5. Widodo, Agus. 2002. *Efektivitas Etimologi dan Teori*. Surabaya: Salemba Empat.
6. Danim, Sudarman. 2004. *Efektivitas Kelompok*. Bengkulu: PT. Rineka Cipta.
7. Kosasih, Engkos. 2006. *Cerdas Berbahasa Indonesia*. Erlangga. Jakarta.
8. Kriyanto. 2004. *Motivasi Kepemimpinan dan Efektivitas Kelompok*. Bengkulu: PT Rineka Cipta.
9. Kurniawan, Agung. 2005. *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pembaruan.
10. Mulyanto, Agus. 2009. *Sistem Informasi, Konsep & Aplikasi*. Pustaka Belajar. Yogyakarta.
11. Noviasiwi, Philia. 2011. *Analisis Efektivitas dan Efisiensi Sistem Pembelian Bahan Baku Rokok*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
12. Ravianto. 2014. *Pengertian Efektivitas*. Edisi Duabelas. Jakarta: Salemba Empat.
13. Ries, Al. 2002. *Metode Penguasaan Pasar*. Salemba Empat. Jakarta.
14. Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Pusat Bahasa Depdiknas.
15. Sugiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
16. Setiowidagdo, Linda. 2011. *Efektifitas dan Efisiensi Penjualan Sebagai Alat Informasi Bagi Manajemen Perusahaan Rokok*. Surabaya: Universitas Airlangga.
17. Zevi, Irvan. 2014. *Analisis Efektifitas dan Efisiensi Bahan Baku Rokok*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- 18.