

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Sistem Informasi Akuntansi Penjualan

Sistem informasi akuntansi penjualan merupakan bagian dari sistem informasi akuntansi yang berperan dalam mencatat, mengelola, dan menyajikan data transaksi yang berkaitan dengan kegiatan penjualan barang atau jasa. Sistem ini dirancang untuk mendukung kelancaran operasional penjualan, mulai dari penerimaan pesanan, pengiriman produk, hingga proses penagihan dan pembayaran. Tujuan utamanya adalah menyediakan informasi yang tepat dan relevan sebagai dasar pengambilan keputusan manajerial serta meningkatkan efektivitas pengendalian internal. Menurut Fatawa Imam Al Muftin dan Fendi Hidayat (2024), sistem informasi akuntansi penjualan berfungsi sebagai alat pengelolaan data penjualan yang mendukung berbagai proses bisnis dalam perusahaan, termasuk pelayanan pelanggan, distribusi barang, dan pencatatan keuangan. Secara konseptual, sistem ini menjadi bagian integral dari sub sistem informasi bisnis, yang mencakup berbagai sub sistem lain seperti, pemasaran, manajemen sumber daya manusia, keuangan dan akuntansi.

Seiring pesatnya perkembangan teknologi, banyak perusahaan mulai mengintegrasikan berbagai sistem digital untuk mendukung proses penjualan. Salah satu teknologi yang umum digunakan adalah *Enterprise Resource Planning* (ERP), seperti SAP, Odoo, dan Oracle, yang memungkinkan seluruh proses bisnis mulai dari penjualan, akuntansi, inventori, hingga laporan keuangan terhubung secara otomatis dalam satu sistem yang saling terintegrasi. Selain itu, sistem *Point of Sales* (POS) digunakan untuk mencatat transaksi penjualan secara langsung dan *real-time*, sehingga meningkatkan akurasi dan efisiensi pencatatan. Disisi lain, teknologi *Customer Relationship Management* (CRM) dimanfaatkan untuk mengelola data pelanggan secara sistematis, untuk membangun hubungan yang lebih kuat dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Meilia et al., (2023) menunjukkan bahwa penerapan sistem informasi penjualan berbasis Microsoft 365 pada PT. Gramedia

Asri Media memberikan dampak positif terhadap kualitas informasi yang disajikan. Sistem tersebut mampu menghasilkan informasi penjualan yang sesuai dengan standar operasional dan mendukung sistem pengendalian internal. Tidak hanya itu, sistem ini juga mampu mengurangi kesalahan pencatatan dan menekan kemungkinan terjadinya kecurangan dalam transaksi penjualan. Sejalan dengan temuan tersebut, Hartoko (2019) mengungkapkan bahwa sistem informasi akuntansi penjualan yang dirancang secara sistematis dan terstruktur dapat mencatat transaksi secara menyeluruh, sehingga mempermudah pelaksanaan pengendalian internal dan penyusunan laporan keuangan yang akurat. Menurut Mulyadi, 2016), informasi yang diperlukan dalam sistem penjualan yang sangat dibutuhkan oleh pihak manajemen meliputi:

1. Jumlah pendapatan setiap unit produk atau jenis produk selama jangka waktu tertentu.
2. Jumlah piutang kepada setiap debitur dari transaksi penjualan kredit.
3. Jumlah harga pokok produk yang dijual selama jangka waktu tertentu.
4. Nama dan alamat pembeli.
5. Kuantitas produk yang dijual.
6. Nama sales (wiraniaga) yang melakukan penjualan.
7. Otoritas pejabat yang berwenang.

Dari penjelasan ini, dapat disimpulkan bahwa sistem informasi akuntansi penjualan merupakan serangkaian prosedur penjualan barang yang bertujuan menghasilkan informasi yang akurat dan terstruktur, baik untuk transaksi penjualan tunai maupun kredit. Proses utama dalam sistem informasi akuntansi penjualan meliputi:

1. Penerimaan pesanan: Data pesanan yang diterima dari pelanggan dicatat dalam sistem sebagai awal proses penjualan, baik untuk transaksi tunai maupun kredit.
2. Pengiriman barang: Setelah pesanan diterima, proses pengiriman dilakukan sesuai dengan permintaan pelanggan, dan barang yang dikirim dicatat dalam inventaris untuk memastikan pengurangan stok.
3. Penagihan: Dalam penjualan kredit, faktur diterbitkan dan perusahaan

melakukan pelacakan pembayaran untuk memastikan pelanggan membayar tepat waktu.

4. Pembayaran laporan penjualan: Sistem menghasilkan laporan penjualan secara berkala yang mencakup data penjualan, analisis pelanggan, dan tren penjualan. Laporan ini sangat penting bagi manajemen untuk mengevaluasi kinerja penjualan dan merencanakan strategi yang efektif.

2.2 Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi Penjualan

Efektivitas sistem informasi akuntansi penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan sejauh mana sistem tersebut mampu mencapai target yang telah ditetapkan, dengan menggunakan sumber daya yang bertugas untuk mengumpulkan, memproses, dan mengolah data terkait penjualan sehingga data tersebut bisa menjadi sebuah informasi yang berguna untuk pembuatan laporan terkait kegiatan penjualan. Menurut Nelwan dan Sepang (2023), keberhasilan suatu sistem informasi dapat diukur melalui enam indikator utama sebagai berikut:

1. Kualitas sistem (*system quality*): Mengacu pada performa keseluruhan dari kombinasi perangkat keras dan perangkat lunak dalam sistem informasi. Fokus utamanya terletak pada seberapa baik sistem mampu menyediakan dan mengolah informasi yang dibutuhkan oleh organisasi secara efektif dan efisien.
2. Kualitas informasi (*information quality*): Kualitas informasi merupakan hasil atau output yang dihasilkan oleh sistem informasi. Beberapa variabel yang dapat dijadikan ukuran kualitas informasi mencakup kelengkapan, relevansi, akurasi, dan ketepatan waktu penyajian informasi.
3. Kualitas layanan (*service quality*): Kualitas layanan dibagi menjadi dua aspek, yaitu pembaruan sistem secara berkala dan jaminan keamanan arsip data yang tersimpan dalam sistem.
4. Pengguna sistem (*user system*): Menggambarkan tingkat frekuensi pemanfaatan sistem informasi oleh pengguna. Semakin sering sistem digunakan, semakin tinggi pula keberhasilan implementasinya.
5. Kepuasan Pengguna (*user satisfaction*): Kepuasan pengguna ini berdasarkan tanggapan atau umpan balik setelah menggunakan sistem.

Penilaian ini mencakup kemudahan pengguna, kesesuaian output dengan kebutuhan, dan kemudahan dalam pengoperasian.

6. Keuntungan perusahaan (*net benefit*): Mencerminkan dampak sistem terhadap peningkatan pengendalian internal dan produktivitas, khususnya dalam kegiatan penjualan. Variabel pengukurannya antara lain, peningkatan produktivitas operasional, peningkatan pengetahuan pengguna, serta efisiensi waktu dalam pencarian dan pengolahan informasi.

2.3 Pengendalian Internal dalam Sistem Informasi Akuntansi Penjualan

Pengendalian internal dalam sistem informasi akuntansi penjualan merupakan serangkaian kebijakan, prosedur, dan tindakan untuk memastikan bahwa setiap transaksi penjualan tercatat dengan akurat, mengurangi risiko kesalahan, dan mencegah terjadinya kecurangan. Pengendalian internal berfungsi untuk melindungi aset perusahaan, menjaga keandalan laporan keuangan, dan memastikan bahwa perusahaan mematuhi peraturan yang berlaku.

Menurut Anggraini dan Faradillah (2022), yang merujuk pada kerangka kerja COSO (*Committe of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission*). Pengendalian internal terdiri dari lima komponen utama, yaitu lingkungan pengendalian, penilaian risiko, aktivitas pengendalian, informasi dan komunikasi, serta pengawasan. Kelima komponen ini saling terkait dan harus diimplementasikan secara menyeluruh agar sistem pengendalian internal berjalan efektif.

Lingkungan pengendalian mencerminkan integritas dan etika, gaya manajemen, struktur organisasi yang diterapkan perusahaan. Penilaian risiko melibatkan identifikasi dan analisis risiko yang dapat memengaruhi pencatatan dan pelaporan transaksi penjualan. Aktivitas pengendalian dilakukan melalui prosedur yang diterapkan untuk mengurangi risiko, seperti pemisahan tugas, otorisasi transaksi, dan rekonsiliasi data secara berkala. Pengendalian ini memastikan bahwa setiap transaksi penjualan diproses dengan benar dan dapat dipertanggungjawabkan. Informasi dan komunikasi mencakup proses untuk memastikan bahwa informasi yang tepat waktu dan relevan sampai kepada pihak yang berwenang dalam pengambilan keputusan, serta memastikan bahwa semua pihak terkait memahami

kebijakan pengendalian internal yang berlaku. Pengawasan dilakukan melalui audit internal dan evaluasi berkala terhadap efektivitas sistem pengendalian yang telah diterapkan (Setyawan dan Widyawati, 2022).

Dalam praktiknya, Robi Maulana (2019) mengungkapkan bahwa pada PT Arta Boga Cemerlang Cabang Majalengka, meskipun perusahaan telah mengadopsi sistem informasi akuntansi, masih terjadi hambatan berupa kesalahan dalam proses input dan output data oleh bagian administrasi serta penyalahgunaan sistem oleh karyawan bagian penjualan. Temuan ini menunjukkan bahwa keberadaan sistem saja tidak cukup tanpa disertai pengawasan, pelatihan, dan komitmen dari seluruh pihak dalam menjalankannya.

Secara keseluruhan, penerapan pengendalian internal yang kuat dalam sistem informasi akuntansi penjualan penting untuk memastikan keandalan data, menunjang proses pengambilan keputusan yang tepat, serta memperkuat pencapaian tujuan perusahaan. Dalam penelitian ini, aspek pengendalian internal menjadi fokus untuk menilai sejauh mana sistem yang digunakan oleh PT Arta Boga Cemerlang Kota Malang berjalan secara efektif.