

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teoritis

1. Sistem Informasi Akuntansi

a. Pengertian Sistem

Menurut Mulyadi (2001:3), “ Sistem adalah sekelompok unsur yang erat berhubungan satu dengan lainnya, yang berfungsi bersama-sama untuk mencapai tujuan tertentu”. Sistem merupakan suatu kerangka dan prosedur-prosedur yang saling berhubungan yang disusun sesuai dengan suatu skema yang menyeluruh untuk melaksanakan suatu kegiatan atau fungsi utama perusahaan. Sistem merupakan suatu jaringan prosedur yang memiliki bagian-bagian yang saling berinteraksi untuk mencapai tujuan tertentu yang dilakukan melalui tiga tahapan yaitu input, proses dan output.

Marshall B. Romney & Paul John Steinbart (2014) sebuah “sistem adalah serangkaian dua komponen yang saling terkait dan berinteraksi untuk mencapai tujuan. Sebagian besar sistem terdiri dari subsistem yang lebih kecil yang mendukung sistem yang lebih besar. Setiap subsistem didesain untuk mencapai satu atau lebih tujuan organisasi. Perubahan dalam subsistem tidak bisa dibuat tanpa mempertimbangkan dampak sistem subsistem lain dan pada sistem secara keseluruhan. Konflik tujuan terjadi ketika tujuan subsistem tidak konsisten dengan tujuan subsistem lainnya atau dengan subsistem secara keseluruhan. Keselarasan tujuan terjadi ketika subsistem mencapai tujuannya saat berkontribusi dengan tujuan keseluruhan organisasi. Semakin besar organisasi dan sistem yang lebih kompleks, semakin sulit untuk mencapai keselarasan tujuan (Kas et al., n.d.).

b. Pengertian Informasi

Informasi adalah suatu hal yang penting dan berharga pada sebuah perusahaan. Informasi yang baik akan membantu sebuah perusahaan untuk menentukan Langkah-langkah apa saja yang harus dilakukan sebuah perusahaan agar perusahaannya tetap berjalan dan berkembang. Penggunaan sistem dapat mempermudah perusahaan dalam melaksanakan kegiatannya (Vica et al., 2021).

Data adalah kenyataan yang menggambarkan suatu kejadian dan kesatuan nyata. Maka secara sederhananya, informasi dapat diartikan sebagai data yang telah diolah. Beberapa ahli pun menguraikan pengertian informasi berdasarkan versinya masing-masing, diantaranya: Menurut Robert N. Anthony dan John Dearden dalam buku Jogiyanto "Informasi adalah data yang telah diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan berarti bagi yang menerimanya."

James O'Brien "Informasi adalah data yang ditempatkan dalam konteks yang berarti dan berguna untuk pemakai terakhir" Romney dan Steinbart "Information is data that have been organized and processed to provide meaning to a user" (informasi adalah data yang telah diatur dan diproses untuk memberikan arti).

McLeod dan Schell "Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang berguna bagi pemakainya. Biasanya informasi memberitahu user apa yang belum diketahui sebelumnya". Dari pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa informasi adalah data yang telah diproses sehingga memiliki arti dan berguna untuk pemakai terakhir. Krismiaji dalam bukunya yang berjudul "Sistem Informasi Akuntansi" menyatakan bahwa "Informasi adalah data yang telah diorganisasi, dan telah memiliki kegunaan dan manfaat". Sedangkan Jogiyanto dalam bukunya "Analisis dan desain Sistem Informasi"

menyatakan bahwa "Informasi adalah data yang telah diolah menjadi bentuk lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya."

Berdasarkan kedua definisi diatas penulis mengambil kesimpulan bahwa informasi adalah data yang telah di organisasi, dan telah memiliki kegunaan sehingga data yang diolah menjadi bentuk lebih berguna dan lebih berarti lagi bagi yang menerimanya. Dengan demikian, berdasarkan kajian telaah teori diatas bahwa penekanan informasi adalah bagaimana informasi yang dihasilkan dapat berguna bagi para pemakainya. Untuk mencapai derajat kegunaan tersebut maka informasi harus memiliki beberapa sifat yang harus di milikinya. Salah satunya Romney dan Steinbeart mengungkapkan ada tujuh sifat/karakter informasi itu berguna atau tidak. Hal tersebut meliputi:

- a. Relevan artinya informasi dinilai relevan apabila dapat mengurangi ketidakpastian, meningkatkan kemampuan pengambil keputusan untuk memprediksi atau harapan.
- b. Akurat artinya informasi dinilai akurat apabila informasi tersebut terbebas dari kesalahan atau bias, serta mewakili aktivitas secara tepat.
- c. Lengkap artinya Informasi dinilai lengkap apabila tidak mengabaikan aspek penting dari aktivitas yang sedang diukur
- d. Tepat waktu artinya informasi dinilai tepat waktu apabila informasi tersebut dihasilkan tepat pada saat dibutuhkan
- e. Dapat dimengerti artinya informasi apabila disajikan dalam bentuk yang dapat digunakan oleh pemakainya.
- f. Dapat diverifikasi artinya apabila dua orang yang memiliki pengetahuan yang sama secara terpisah menghasilkan informasi yang sama, maka berarti informasi tersebut dinilai dapat diverifikasi.
- g. Dapat diakses artinya informasi harus dapat diakses pada saat dibutuhkan dan dalam bentuk yang dapat digunakan.

c. Pengertian Sistem Informasi Akuntansi

Menurut Gelinas dan Dull (2008:14), “*accounting information system (AIS), which is a specialized subsystem of the Information System, aims to collect, process, and report information related to the financial aspects of business events*”. Pernyataan ini memiliki arti bahwa sistem informasi akuntansi adalah sub-sistem dari sistem informasi memiliki tujuan untuk mengumpulkan, memproses, dan melaporkan informasi terkait keuangan suatu kegiatan bisnis. Kemudian menurut Susanto (2008:72) sistem informasi akuntansi diartikan sebagai kumpulan dari sub-sistem/komponen baik fisik maupun non-fisik yang saling berkaitan dan bekerja sama untuk mengolah data transaksi yang berkaitan dengan masalah keuangan menjadi informasi keuangan (Ismawati & Azizah, 2021).

Menurut Suryo (2007) penerapan sistem akuntansi pada bisnis yang dikelola akan memungkinkan pihak yang berkepentingan memperoleh banyak data dari laporan keuangan yang sistematis, misalnya berapa keuntungan yang diperoleh, berapa tambahan modal yang dicapai, bagaimana kondisi kekayaan dan kewajiban yang dimiliki perusahaan. Adanya informasi tersebut akan berpengaruh pada setiap keputusan yang akan diambil didasarkan pada kondisi keuangan yang akurat, yang terdapat pada laporan keuangan hasil dari sistem akuntansi yang diterapkan. Menurut Romney dan Steinbart (2008), terdapat lima komponen dalam sistem informasi akuntansi, yaitu *people, procedure, data, software, dan information technology infrastructure* (Yousida & Lestari, 2019).

Dikutip dari Jones dan Rama “The Accounting Information System is a subsystem of an MIS that Provides accounting and financial information, as well as other information obtained in the routine processing of accounting transaction”. (Sistem Informasi Akuntansi

adalah sebuah subsistem dari sistem informasi manajemen yang menyediakan informasi akuntansi dan keuangan, bersama informasi yang lainnya yang diperoleh dalam proses transaksi akuntansi yang rutin). Sedangkan Romney dan Steinbeart mendefinisikan Sistem Informasi Akuntansi adalah “ An Accounting Information System is a that collect, records, stores, and processes data to produce information for decision makers”. (Sistem Informasi Akuntansi adalah sistem yang mengumpulkan, mencatat, menyimpan, dan memproses data menjadi informasi untuk pengambilan keputusan.

Sistem informasi akuntansi merupakan kumpulan sumber daya, seperti manusia dan peralatan yang dirancang untuk mengubah data keuangan dan data lainnya ke dalam informasi, informasi tersebut dikomunikasikan kepada para pembuat keputusan. Romney & Paul menyatakan “Sistem Informasi Akuntansi merupakan serangkaian dari satu atau lebih komponen yang saling berelasi dan berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan, yang terdiri dari pelaku, serangkaian prosedur, dan teknologi informasi”

Bodnar dan Hopwood, yang di terjemahkan oleh Amir Abadi Yusuf menyatakan bahwa, “Sistem Informasi Akuntansi merupakan kumpulan sumber daya, seperti manusia dan peralatan yang dirancang untuk mengubah data keuangan dan data lainnya ke dalam informasi, informasi tersebut dikomunikasikan kepada para pembuat keputusan”

Stephen A. Moscovice dan Mark G. Simkin dalam buku Jogiyanto “Sistem informasi akuntansi adalah suatu komponen organisasi yang mengumpulkan, mengklasifikasikan informasi pengambil keputusan dengan orientasi finansial yang relevan bagi pihak-pihak luar dan pihak-pihak dalam perusahaan. Wilkinson dalam buku terjemahan Agus Maulana”Sistem informasi akuntansi (SIA) merupakan suatu kerangka sumber daya (data, materials, equipment, suppliers, personal, and funds) untuk mengkonversi input berupa data ekonomik menjadi

keluaran berupa informasi keuangan yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan suatu entitas dan menyediakan informasi akuntansi bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Adapun Sistem Informasi Akuntansi yang disampaikan oleh Wijayanto yang dikutip oleh Mardi mendefenisikan, sistem informasi akuntansi adalah susunan berbagai dokumen, alat komunikasi, tenaga pelaksana, dan berbagai laporan yang didesain untuk mentrasformasikan data keuangan menjadi informasi keuangan.

Pengertian ini menunjukkan bahwa sistem informasi akuntansi itu dijalankan oleh sistem berupa aplikasi atau computer yang dijalankan oleh user berupa sumberdaya manusia yang mana hasil dari olahan data dijadikan sebagai informasi untuk suatu kepentingan perusahaan.

Menurut Krismiaji yang dikutip oleh Ika Listiani menjelaskan bahwa sistem informasi akuntansi adalah sebuah sistem yang memproses data dan transaksi guna menghasilkan informasi yang bermanfaat untuk merencanakan, mengendalikan, dan mengoperasikan bisnis. (Maiti & Bidinger, 1981) Sistem informasi akuntansi harus melaksanakan tugas-tugas sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan data transaksi dan data lain dan memasukkannya kedalam sistem
- b. Memproses data transaksi
- c. Menyimpan data untuk keperluan dimasa mendatang
- d. Menghasilkan informasi yang diperlukan dengan memproduksi laporan atau memungkinkan para pemakai untuk melihat sendiri data yang tersimpan di komputer.
- e. Mengendalikan seluruh proses sedemikian rupa sehingga informasi yang dihasilkan akurat dan dapat dipercaya.

d. Fungsi Sistem Informasi Akuntansi

Azhar Susanto, Sistem Informasi Akuntansi memiliki 3 (tiga) peran atau fungsi yaitu sebagai berikut:

- a. Mendukung aktivitas organisasi atau perusahaan sehari-hari Suatu organisasi atau perusahaan agar dapat tetap eksis perusahaan tersebut harus terus beroperasi dengan melakukan sejumlah aktivitas bisnis yang peristiwanya disebut sebagai transaksi seperti: melakukan pembelian, penyimpanan, proses produksi dan penjualan.
- b. Mendukung proses pengambilan keputusan Tujuan yang sama pentingnya dari tujuan sistem informasi akuntansi adalah untuk memberikan informasi yang diperlukan dalam proses pengambilan keputusan. Keputusan harus dibuat dalam kaitannya dengan perencanaan dan pengendalian aktivitas perusahaan.
- c. Membantu pengelola perusahaan dalam memenuhi tanggung jawabnya kepada pihak eksternal Setiap perusahaan harus memenuhi tanggung jawab hukum. Salah satu tanggung jawab penting adalah keharusannya memberi informasi kepada pemakai yang ada di luar perusahaan atau stakeholders yang meliputi: pemasok, pelanggan, pemegang saham, kreditor, investor, serikat kerja, analis keuangan, fiskus, atau bahkan publik secara umum.

Dalam sistem informasi akuntansi dikatakan berjalan dengan baik bila informasi yang dihasilkan digunakan oleh pihak yang berkompeten. Ada dua pihak yang menggunakan sistem informasi akuntansi yaitu:

- a. Pihak Ekstern

Ada enam golongan pemakai informasi yang ekstern yang penting dan menerima informasi dari organisasi perusahaan. Baik itu informasi untuk pengambilan keputusan maupun informasi yang rutin

menyangkut pelaksanaan transaksi-transaksi. Keenam golongan tersebut adalah: Para pelanggan (Costumers), Para Levansir (Supplier), Para Pemegang Saham (Stokeholders), Para Pegawai (Employes), Para Pemberi Pinjaman (Lenders), Instansi Pemerintah (Goverments).

b. Pihak Internal

Yaitu pihak manajemen yang ada dalam perusahaan terutama para manajer, kebutuhannya bervariasi tergantung pada tingkatannya dalam organisasi atau terhadap fungsi yang mereka jelaskan.

Fungsi sistem informasi akuntansi adalah memberikan sistem informasi akuntansi yang tepat waktu, Memberikan sistem informasi akuntansi yang relevan, Memberikan sistem informasi akuntansi yang dapat dipercaya.

e. Tujuan Sistem Informasi Akuntansi

Sistem informasi akuntansi penjualan bertujuan menjelaskan prosedur dalam kegiatan penjualan suatu produk dan digunakan dalam transaksi penjualan barang atau jasa, baik secara kredit maupun secara tunai. Sistem penjualan tunai melibatkan beberapa fungsi antara lain fungsi penjualan, fungsi kas, fungsi gudang, fungsi pengiriman dan fungsi akuntansi untuk penjualan tunai. Sedangkan penjualan kredit melibatkan fungsi penjualan, fungsi kredit, fungsi gudang, fungsi pengiriman, fungsi penagihan dan fungsi akuntansi. Fungsi-fungsi tersebut ditujukan dengan adanya formulir-formulir yang dibuat dari setiap fungsi, seperti faktur penerimaan kas pada fungsi kas, faktur penjualan pada fungsi penjualan, serta surat barang keluar pada fungsi Gudang (Informasi et al., 2021).

Rama dan Jones (2009:7) menjelaskan tujuan dan kegunaan sistem informasi akuntansi yaitu :

a. Membuat Laporan Eksternal

Perusahaan menggunakan sistem informasi akuntansi untuk menghasilkan laporan-laporan khusus untuk memenuhi kebutuhan informasi dari para investor, kreditor, dinas pajak, badan-badan pemerintah dan yang lain. Laporan-laporan ini mencakup laporan keuangan, SPT pajak, dan laporan yang diperlukan oleh badan-badan pemerintah yang mengatur perusahaan dalam industri perbankan dan utilitas.

b. Mendukung Aktifitas Rutin

Para manajer memerlukan satu sistem informasi akuntansi untuk menangani aktivitas operasi rutin sepanjang siklus operasi perusahaan.

c. Mendukung Pengambilan Keputusan

Informasi diperlukan untuk mendukung pengambilan keputusan yang tidak rutin pada semua tingkat dari suatu organisasi.

d. Perencanaan dan Pengendalian

Suatu sistem informasi akuntansi sangat dibutuhkan untuk aktivitas perencanaan dan pengendalian. Informasi mengenai anggaran dan biaya standar disimpan oleh sistem informasi, dan laporan dirancang untuk membandingkan angka anggaran dengan jumlah aktual.

e. Menerapkan Pengendalian Internal

Pengendalian internal mencakup kebijakan-kebijakan, prosedur-prosedur dan sistem informasi yang digunakan untuk melindungi aset-aset perusahaan dari kerugian atau korupsi, dan untuk memelihara keakuratan data keuangan serta untuk membangun pengendalian ke dalam suatu sistem informasi akuntansi yang terkomputerisasi untuk membantu mencapai tujuan. (Ekonomi et al., 2017).

f. Unsur-unsur Sistem Informasi Akuntansi

Unsur-unsur sistem informasi akuntansi adalah sebagai berikut:

a. Sumber Daya Manusia

Sistem informasi akuntansi membutuhkan sumber daya untuk dapat berfungsi. Sumber daya dapat diklasifikasikan sebagai alat, data, bahan pendukung, sumber manusia dan dana

b. Peralatan

Unsur sistem informasi akuntansi yang berperan dalam mempercepat pengolahan data, meningkatkan ketelitian kalkulasi atau perhitungan dan kerapian bentuk informasi.

c. Formulir

Unsur pokok yang digunakan untuk mencatat semua transaksi yang terjadi. Formulir sering disebut dengan istilah dokumen.

d. Catatan

Catatan terdiri dari beberapa bagian, yaitu sebagai berikut:

1) Jurnal

Merupakan catatan akuntansi yang pertama digunakan untuk mencatat, mengklasifikasikan dan meringkas data

keuangan dan data yang lainnya.

2) Buku Besar

Terdiri dari rekening-rekening yang digunakan untuk meringkas data keuangan yang telah dicatat sebelumnya kedalam jurnal.

3) Prosedur

Urutan atau langkah-langkah untuk menjalankan suatu pekerjaan, tugas atau kegiatan .

4) Laporan

Hasil akhir dari sistem informasi akuntansi adalah laporan keuangan dan laporan manajemen.

g. Prinsip-Prinsip Dasar Sistem Informasi Akuntansi

Sistem informasi akuntansi yang efektif dan efisien didasarkan pada beberapa prinsip dasar. Prinsip-prinsip dasar tersebut yaitu sebagai berikut:

- a. Keefektifan biaya. Sistem informasi akuntansi harus efektif biaya.
- b. Tingkat kegunaan. Agar berguna, informasi harus dapat dimengerti, relevan, dapat diandalkan, tepat waktu dan akurat.
- c. Fleksibilitas. Sistem harus cukup fleksibel dalam memenuhi perubahan permintaan informasi yang dibutuhkan.

h. Sistem Informasi Akuntansi Menurut Syariat Islam

Salah satu tujuan sistem ekonomi islam adalah menegakkan keadilan sosial ekonomi di antara seluruh anggota masyarakat. Pada istilah Bahasa Arab, Akuntansi disebut dengan Al-Muhasabah yang berasal dari kata Hasabah, Hasiba, Muhasabah, artinya menimbang, menghitung, mendata, atau menghisab, maksudnya yaitu menghitung dengan teliti yang harus dicatat dalam pembukuan.

Dalam sistem informasi, sebuah informasi yang didapatkan baik itu berupa data keuangan, data umum, ataupun data perusahaan seorang user sistem harus meneliti data tersebut agar tidak adanya kesalahan dalam menginput data. Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam dengan tegas mengatakan "Cukuplah seseorang dikatakan sebagai pendusta apabila dia mengatakan semua yang didengar." (HR. Muslim no.7).

Allah Ta'ala pun memerintahkan kepada kita untuk memeriksa suatu berita terlebih dahulu karena belum tentu semua berita itu benar dan valid. Allah Ta'ala berfirman :

يَأْيَهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ
فَتَصِحُّوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نُدْمِينَ

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti, agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.” (Q.S. Al-Hujuraat[49]: 6).

Allah Ta’ala memerintahkan kita untuk memeriksa suatu berita dengan teliti, yaitu mencari bukti-bukti kebenaran berita tersebut. Hal ini bisa dilakukan dengan menelusuri sumber berita, atau bertanya kepada orang yang lebih mengetahui hal itu. Oleh karena itu dalam penggunaan sistem membutuhkan seorang yang kompeten, berkeahlian khusus, teliti dalam mengerjakan sesuatu agar menjadikan sistem informasi yang akurat serta efektif.

Setelah kelompok ayat-ayat yang lalu menguraikan tuntunan bagaimana bertatakrama dengan Rasulullah, kelompok ayat ini menguraikan bagaimana berlaku dengan sesama manusia, termasuk kepada orang fasik. Diawali dengan tuntunan bagaimana menghadapi orang fasik, Allah berfirman, Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita yang penting, maka janganlah kamu tergesa-gesa menerima berita itu, tetapi telitilah terlebih dahulu kebenarannya. Hal ini penting dilakukan agar kamu tidak mence-lakkan suatu kaum karena kebodohan atau kecerobohan kamu mengikuti berita itu yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu yang terlanjur kamu lakukan. Ayat ini memberikan tuntunan kepada kaum muslim agar berhati-hati dalam menerima berita terutama jika bersumber dari orang yang fasik. Perlunya berhati-hati dalam menerima berita adalah untuk menghindari penyesalan akibat tindakan yang diakibatkan oleh berita yang belum diteliti kebenarannya. 7-8.

Selanjutnya ayat ini memberi nasihat kepada orang yang beriman untuk mengikuti Rasulullah dalam semua petunjuknya. Dan ketahuilah olehmu bahwa di tengah-tengah kamu ada Rasulullah, yang sepatutnya dihormati dan dipatuhi semua petunjuknya karena beliau senantiasa dalam bimbingan wahyu Ilahi. Kalau dia menuruti kemauan kamu dalam banyak hal, pasti kamu akan mendapatkan kesusahan. Tetapi dengan bimbingan Rasulullah, Allah menjadikan kamu, wahai para sahabat yang setia, cinta kepada keimanan dan menjadikan iman itu indah dalam hatimu sehingga kamu mudah menjaga diri dari dosa serta menjadikan kamu benci kepada kekafiran, kefasikan, dan kedurhakaan sehingga mudah bagi kamu melakukan ketaatan. Mereka itulah orang-orang yang mengikuti secara mantap jalan yang lurus. Hal yang demikian itu adalah sebagai karunia dan nikmat dari Allah. Dan Allah Maha Mengetahui siapa yang pantas mendapat anugerah-Nya, Mahabijaksana dalam mengatur se-gala urusan.

i. Sistem Informasi Akuntansi Penjualan

Sistem informasi akuntansi penjualan dibuat dengan tujuan untuk dapat menontrol atau mengandalikan aktivitas penjualan. Hal ini perlu karena penjualan dapat mengakibatkan kesalahan pada sistem atau tingkat kecurangan yang disengaja akibat kelemahan sistem itu sendiri. Tentunya dengan adanya sistem informasi akuntansi penjualan yang memadai, dapat menjamin tersedianya informasi yang akurat dan andal (Pengendalian et al., 2021).

Sistem penjualan digunakan untuk menangani transaksi penjualan barang atau jasa, baik secara kredit maupun tunai. Dalam transaksi penjualan kredit, jika order dari pelanggan telah dipenuhi dengan pengiriman barang atau penyerahan jasa untuk jangka waktu tertentu perusahaan memiliki piutang kepada pelanggannya. Dengan penjualan tunai, barang atau jasa baru diserahkan oleh bagian pengiriman kepada

pembeli jika bagian kasir telah menerima uang dari pembeli. Catatan akuntansi yang digunakan dalam sistem penjualan tunai yaitu:

- a. Jurnal Penjualan
digunakan oleh fungsi akuntansi untuk mencatat dan meringkas data penjualan.
- b. Jurnal Penerimaan Kas
digunakan oleh fungsi akuntansi untuk mencatat penerimaan kas dari penjualan.
- c. Jurnal Umum Jurnal ini digunakan oleh fungsi akuntansi untuk mencatat harga pokok produk yang dijual.
- d. Kartu Persediaan
digunakan oleh fungsi akuntansi untuk mencatat berkurangnya harga pokok produk yang dijual dan mengawasi mutasi dan persediaan barang yang disimpan digudang.
- e. Kartu Gudang Catatan
digunakan untuk mencatat mutasi dan persediaan barang yang disimpan dalam gudang.

2. Penjualan

a. Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan suatu transaksi yang melibatkan penjual dan pembeli pada kegiatan usaha dalam menyerahkan produk yang berupa barang ataupun jasa. Penjualan tunai adalah penjualan yang pembayarannya diterima sekaligus (langsung lunas). Sedangkan penjualan kredit adalah penjualan yang dilakukan secara non-tunai, dalam hal ini laba yang diharapkan adalah lebih besar daripada penjualan tunai. (Siagian, 2018)

Secara umum penjualan merupakan salah satu kegiatan dalam pemasaran, dengan kata lain sasaran utama dari pemasaran adalah untuk memperoleh peningkatan penjualan dari waktu ke waktu dalam

periode tertentu. Penjualan adalah suatu tindakan untuk menukar barang atau jasa dengan uang dengan cara mempengaruhi orang lain agar mau memiliki barang yang ditawarkan sehingga kedua belah pihak mendapatkan keuntungan dan kepuasan.

Hal ini dilakukan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan volume penjualan dalam perusahaan tersebut. Penjualan adalah proses dimana sang penjual memastikan, mengaktivasi dan memuaskan kebutuhan atau keinginan si pembeli agar dicapai manfaat baik bagi sang penjual maupun bagi sang pembeli yang berkelanjutan dan menguntungkan.

Penjualan adalah hasil yang diperoleh perusahaan dari penjualan barang yang dipasarkan pada periode tertentu baik secara tunai maupun kredit. Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba.

Penjualan adalah pemindahan hak milik atas barang atau pemberi jasa yang dilakukan penjual kepada pembeli dengan harga yang disepakati bersama dengan jumlah yang dibebankan kepada pelanggan dalam penjualan barang atau jasa dalam suatu periode akuntansi. Penjualan merupakan pengalihan hak milik atas barang dengan imbalan uang sebagai gantinya dengan persetujuan dengan menyerahkan barang kepada pihak lain dengan menerima pembayaran.

Penjualan adalah kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan akan memperoleh laba dari adanya transaksi – transaksi tersebut dan penjualan dapat diartikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pihak pembeli.

Dari beberapa defenisi tentang penjualan yang telah dikemukakan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa dengan adanya penjualan maka akan tercipta proses pertukaran barang dan jasa. Penjualan atau menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi orang lain agar membeli barang dan jasa yang ditawarkan sehingga memberikan kepuasan timbal balik antara penjual dan pembeli.

Diantaranya ayat-ayat yang menjelaskan tentang penjualan adalah QS Hud [11] : 84 dan 85.

﴿وَإِلَىٰ مَدْيَنَ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا قَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُم مِّنْ إِلَٰهٍ غَيْرُهُ ۖ وَلَا تَنفُسُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ إِنِّي أَرَانَكُمْ بِخَيْرٍ وَإِنِّي أَخَافُ عَلَيْكُمْ عَذَابَ يَوْمٍ مُّحِيطٍ وَيَقَوْمٍ أَوفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۖ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ﴾

Artinya :“Dan kepada (penduduk) Madyan (kami utus) saudara mereka, Syu‘ayb. Ia berkata, “ Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tiada tuhan bagimu selain Dia. Dan janganlah kamu kurangi takaran dan timbangan, sesungguhnya aku melihat kamu dalam keadaan yang baik (mampu) dan sesungguhnya aku khawatir terhadapmu akan azab hari yang membinasakan (kiamat).” “Dan Syu‘Ayb berkata, “Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan dimuka bumi dengan membuat kerusakan.”

Pada ayat diatas menjelaskan bahwa janganlah kamu mengurangi takaran sesungguhnya Allah melihat seluruh apa yang kita lakukan di dunia ini dan Allah khawatir akan azab yang kita terima pada hari akhir kelak. Dan janganlah mengurangi takaran atau timbangan, karena perbuatan itu merugikan orang lain. Secara lahiriah keuntungan atau laba yang diperoleh seelah menggenapkan timbangan akan menjadi lebih

kecil, namun demikian berkah atau pengaruh positif yang dihasilkan akan memberikan efek ganda bagi penjual. Dari segi syariah, takaran dan timbangan dalam jumlah yang cukup dengan sendirinya memberi ketenangan lahir batin karena terjauh dari dosa dan kesalahan. Sedangkan dari segi bisnis, pelaku yang jujur kan selalu disayangi pembeli sehingga tidak tertutup kemungkinan usahanya akan berjalan dan berkembang terus dari waktu ke waktu.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ مِّن قَبْلِ أَن يَأْتِيَ يَوْمٌ لَا بَيْعَ فِيهِ وَلَا خُلَّةَ وَلَا شَفْعَةً ۗ وَالْكَافِرُونَ هُمُ الظَّالِمُونَ

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, belanjakanlah (di jalan Allah) dari rezeki yang telah Kami berikan kepadamu sebelum datang hari yang pada hari itu tidak ada lagi jual beli dan tidak ada lagi syafa'at. Dan orang-orang kafir itulah orang-orang yang zalim.(Al-Baqarah : 254)

Wahai orang-orang yang beriman kepada Allah dan membenarkan rasul-Nya serta mengikuti petunjuknya! Infakkanlah dengan mengeluarkan sebagian dari rezeki yang telah Kami berikan kepadamu, baik dalam bentuk yang wajib seperti zakat maupun infak yang bersifat sunah. Bersegeralah sebelum datang hari ketika tidak ada lagi jual beli yang mendatangkan keuntungan, atau seseorang dapat membeli dirinya dengan sejumlah harta yang ia bayarkan sebagai tebusan agar dirinya tidak mendapat siksa Tuhan pada hari kiamat, ketika tidak ada lagi persahabatan yang memungkinkan seseorang membantu walau persahabatan itu sangat dekat yang dapat menyelamatkan dari azab Allah. Kalau sahabat yang sangat akrab saja tidak bisa, apalagi sahabat biasa. Dan pada hari itu tidak ada lagi syafaat pertolongan dari seseorang yang dapat meringankan azab kecuali dari orang-orang yang mendapat izin dan rida dari Allah. Orang-orang kafir itulah orang yang zalim dengan melampaui batas-batas yang telah ditetapkan oleh Allah,

sebab mereka tidak menyambut baik seruan kebenaran. Allah; tidak ada tuhan yang pantas disembah dan dipertuhan selain Dia. Yang Mahahidup, kekal, dan memiliki semua makna kehidupan yang sempurna, Yang terus menerus mengurus makhluk-Nya. Tidak seperti manusia, Dia tidak mengantuk dan tidak pula tidur, sebab keduanya adalah sifat kekurangan yang membuat-Nya tidak mampu mengurus makhluk-Nya. Milik-Nya apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi. Dia Yang menciptakan, memelihara, memiliki, dan bertindak terhadap semua itu. Tidak ada yang dapat memberi syafaat pertolongan di sisi-Nya tanpa izin-Nya. Dia demikian perkasa dan kuasa sehingga berbicara di hadapan-Nya pun harus setelah memperoleh restu-Nya, bahkan apa yang disampaikan itu harus sesuatu yang benar. Dia mengetahui apa yang di hadapan mereka, yakni apa saja yang sedang dan akan terjadi, dan apa yang di belakang mereka, yakni sesuatu yang telah berlalu. Allah mengetahui apa yang mereka lakukan dan merencanakan, baik yang berkaitan dengan masa kini, masa lampau, atau masa depan. Dan mereka tidak mengetahui sesuatu apa pun tentang ilmu-Nya melainkan apa yang Dia kehendaki untuk mereka ketahui dengan memperlihatkan dan memberitahukannya. Kursi-Nya, yaitu kekuasaan, ilmu, atau kursi tempat kedua kaki Tuhan (yang tidak diketahui hakikatnya kecuali oleh Allah) berpijak, sangat luas, meliputi langit dan bumi. Dan jangan menduga karena kursi-Nya terlalu luas, Dia letih mengurus itu semua. Tidak! Dia tidak merasa berat maupun kesulitan memelihara keduanya, dan Dia Mahatinggi zat dan sifat-sifat-Nya jika dibanding makhluk-makhlukNya, Mahabesar dengan segala keagungan dan kekuasaan-Nya. Inilah Ayat Kursi, ayat teragung dalam Al-Qur'an karena mencakup namanama dan sifat-sifat Allah yang menunjukkan kesempurnaan zat, ilmu, kekuasaan, dan keagungan-Nya. Ayat ini dinamakan Ayat Kursi. Siapa yang membacanya akan memperoleh perlindungan Allah dan tidak akan diganggu setan.

b. Tujuan Penjualan

Di dalam penjualan bersih terdapat tujuan agar suatu penjualan mempunyai target dalam pemasaran yang mencapai keuntungan besar di perusahaan. Adapun tujuan penjualan adalah sebagai berikut:

- a. Mencapai volume penjualan tertentu.
- b. Mendapatkan laba tertentu.
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Secara umum adapun usaha-usaha untuk mencapai ketiga tujuan tersebut tidak sepenuhnya hanya dilakukan oleh pelaksana penjualan atau para tenaga penjualan, akan tetapi dalam hal ini perlu adanya kerja sama dari beberapa pihak diantaranya adalah fungsionaris dalam perusahaan seperti bagian dari keuangan yang menyediakan dana, bagian produksi yang membuat produk, bagian personalia yang menyediakan tenaga kerja.

c. Jenis dan Bentuk Penjualan

Di dalam sistem penjualan ada jenis dan bentuk penjualan yang mana untuk dipersiapkan dalam kegiatan penjualan.

Adapun jenis-jenis dan bentuk penjualan sebagai berikut:

- a. Trade selling

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

- b. Missionary Selling

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

- c. Technical Selling

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

d. New Business Selling

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

e. Responsive Selling

Setiap tenaga kerja penjual dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli melalui route driving and retailing. Jenis penjualan ini tidak akan menciptakan penjualan yang besar, namun terjalinnya hubungan pelanggan yang baik yang menjurus pada pembelian ulang. Selain dari jenis-jenis penjualan terdapat pula bentuk-bentuk dari penjualan antara lain yaitu:

1) Penjualan Tunai

Penjualan yang bersifat cash and carry dimana penjualan setelah terdapat kesepakatan harga antara penjual dengan pembeli, maka pembeli menyerahkan pembayaran secara kontan dan bisa langsung dimiliki oleh pembeli.

2) Penjualan Kredit

Penjualan non cash, dengan tenggang waktu tertentu, rata-rata diatas satu bulan.

3) Penjualan secara Tender

Penjualan yang dilaksanakan melalui prosedur tender untuk memenuhi permintaan pihak pembeli yang membuka tender.

4) Penjualan Ekspor

Penjualan yang dilaksanakan dengan pihak pembeli, luar negeri yang mengimpor barang yang biasanya menggunakan fasilitas letter of credit.

5) Penjualan secara Konsinyasi

Penjualan barang secara titipan kepada pembeli yang juga sebagai penjual. Apabila barang tersebut tidak terjual maka akan dikembalikan kepada penjual.

6) Penjualan secara Grosir

Penjualan yang tidak langsung kepada pembeli, tetapi melalui pedagang perantara yang menjadi perantara pabrik atau importer.

d. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Keberhasilan suatu perusahaan dalam melakukan kegiatan-kegiatan penjualan oleh faktor-faktor sebagai berikut :

a. Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualan. Oleh karena itu faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:

1. Jenis pasarnya, adapakah pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemerintah, ataukah pasar internasional.
2. Kelompok pembeli atau segmennya.
3. Daya belinya.
4. Frekuensi pembeliannya
5. Keinginan dan kebutuhannya.

b. 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. Di sini penjual harus menyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk maksud tersebut penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan yaitu :

1. Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan.
2. Harga produk.

3. Syarat penjualan seperti : pembayaran, penghantaran, pelayanan sesudah penjualan, garansi dan sebagainya.

Masalah-masalah tersebut biasanya menjadi pusat perhatian pembeli sebelum melakukan pembelian. Selain itu manajer perlu memperhatikan jumlah atau sifat-sifat tenaga penjualan yang akan dicapai. Dengan tenaga penjualan yang baik dapatlah dihindari timbulnya kemungkinan rasa kecewa pada para pembeli dalam pembeliannya. Adapun sifat-sifat yang perlu dimiliki oleh seseorang penjual yang baik antara lain adalah spontan, pandai bergaul, pandai berbicara, mempunyai kepribadian yang menarik, sehat jasmani, jujur. Mengetahui cara-cara penjualan dan sebagainya.

c. Modal

modal adalah uang atau barang yang di pakai sebagai bahan pokok untuk berdagang, dan di pergunakan untuk menghasilkan keuntungan atau menambah kekayaan. Akan lebih sulit bagi penjual untuk menjual barangnya apabila barang yang akan dijual tersebut dikenal oleh pembeli, atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual. Dalam keadaan seperti ini penjual harus memperhatikan dulu atau membawa barangnya ketempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha alat transportasi, tempat peragaan baik ataupun di luar perusahaan, usaha promosi dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjual memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk itu.

d. Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang oleh orang-orang tertentu atau ahli di bidang penjualan. Lain halnya dengan perusahaan kecil di mana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain. Hal ini disebabkan karena

jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit, sistem organisasinya lebih sederhana, masalah-masalah yang dihadapi, serta sarana yang dimilikinya juga tidak sekomplek perusahaan besar. Biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh pimpinan dan tidak diberikan kepada orang lain. Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, dan 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, paling penting membuat barang yang baik. Bila prinsip tersebut dilaksanakan maka di harapkan pembeli akan kembali membeli lagi barang sama. Namun sebelum pembelian di lakukan, sering pembeli harus dirangsang daya tariknya, misalnya dengan memberikan bungkus yang menarik atau cara promosi yang lainnya. Selain dari pada yang tersebut diatas,tingkat penjualan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu:

1. Faktor Eksternal

Merupakan faktor yang mempengaruhi penjualan yang berasal dari luar perusahaan antara lain : Lingkungan makro ekstern yaitu lingkungan yang saling berhubungan dan umumnya tidak dapat di kontrol oleh perusahaan.

Lingkungan ini terdiri dari : Lingkungan demografi, Kondisi ekonomi, politik, hukum, teknologi, persaingan dan lingkungan mikro ekstern adalah tiga faktor yang secara langsung menjadi bagian dalam sistem pemasaran perusahaan dan faktor ekstern perusahaan yaitu : pasar, penyedia, dan perantara pemasaran. Secara umum faktor tersebut dapat dikontrol seperti halnya lingkungan makro ekstren, namun faktor lingkungan mikro ini akan

memberikan pengaruh yang lebih kuat lagi dari faktor lingkungan makro.

2. Faktor Internal

Internal merupakan faktor yang mempengaruhi penjualan yang dari dalam perusahaan. Sedangkan perkembangan penjualan dapat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu : Hal-hal yang berasal dari luar perusahaan Kebijakan Pemerintah Kebijakan pemerintah dalam lingkungan ekonomi moneter dan perdagangan dapat mempengaruhi situasi permintaan dan penawaran barang atau jasa, akibatnya dapat mempengaruhi hasil produksi. Adanya Barang Pengganti Kemajuan ilmu pengetahuan berdampak positif terhadap penciptaan produk baru sebagai pengganti produk lama, harga yang lebih murah. Untuk itu produsen harus dapat mengikuti unsur perkembangan barang pengganti tersebut. Adanya Saingan Baru Timbulnya saingan baru yang menghasilkan produk sejenis, memungkinkan konsumen untuk beralih kepada produk pesaing yang dianggap dapat memberikan kepuasan yang lebih tinggi Kebijakan pemerintah. Perubahan tindakan dalam kebijakan pemerintah bertujuan untuk memperbaiki perekonomian pada umumnya.

Namun demikian kebijakan tersebut ada yang diuntungkan dan ada pula yang dirugikan sehingga perusahaan tidak biasa mengembangkan pemasaran produknya dan menyebabkan penurunan volume penjualan.

e. Promosi

Pengertian promosi menurut Basu Swastha adalah: Arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada kegiatan yang menciptakan

pertukaran di dalam suatu pemasaran. Tujuan dari dilaksanakannya promosi menurut Basu Swastha adalah :

1. Modifikasi tingkah laku
2. Memberitahu
3. Membujuk
4. Mengingat

Adapun variabel-variabel promosi yang dimaksud dikenal dengan istilah promotional mix ada empat yaitu :

1. Periklanan

Periklanan merupakan bentuk presentasi dan informasi non pribadi tentang ide barang dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu. Untuk mengadakan periklanan pimpinan perusahaan dapat mempertimbangkan media periklanan mana yang akan digunakan. Media periklanan yang tersedia antara lain adalah : surat kabar, majalah, buku, papan reklame, radio, bioskop, televisi dan sebagainya.

2. Personal Selling

Personal selling adalah suatu presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan salah satu calon pembeli atau lebih yang bertujuan untuk menciptakan pembelian. Di sini terjadi interaksi langsung yakni saling bertemu muka antara pembeli dan penjual, komunikasi yang dilakukan kedua belah pihak bersifat individual dan dua arah sehingga penjual dapat langsung memperoleh tanggapan sebagai umpan balik dari keinginan dan kesukaan pembeli.

3. Publisitas

Publisitas adalah usaha untuk mendorong permintaan secara non pribadi untuk suatu produk yang ditawarkan, jasa atau

dengan ide dengan menggunakan berita komersial di dalam media massa dan sponsor tidak dibebani sejumlah biaya secara langsung. Komunikasi yang disampaikan dalam publisitas itu berupa berita bukan berbentuk iklan.

4. Promosi Penjualan

Promosi penjualan adalah berupa kegiatan promosi selain personal selling, periklanan maupun publisitas, kegiatan-kegiatan yang termasuk dalam promosi penjualan antara lain berupa : peragaan, pertunjukan, pameran demonstrasi dan sebagainya. Variabel-variabel dari pada promosional mix ini merupakan kombinasi strategi yang efektif dalam upaya untuk Memberitahukan, membujuk, mengingatkan dan memodifikasi tingkah laku yang ada pada konsumen tersebut, jika dipilih dilakukan dengan benar.

f. Persaingan

Setiap perusahaan tidak dapat menghindari diri dari kemungkinan bersaing dengan perusahaan lain. Namun persaingan dapat dijadikan cambuk bagi perusahaan tersebut untuk lebih berhati-hati dalam menjalankan usahanya, misalnya sebagai alat kontrol terhadap mutu produk, harga dan service yang diberikan perusahaan kepada konsumen. Untuk dapat menghadapi suatu keadaan persaingan perusahaan harus memilih suatu strategi yang tepat. Perusahaan yang tidak mampu bersaing akan tersisih dan sukar untuk mencapai tujuannya. Adapun bentuk-bentuk persaingan tersebut adalah :

1. Persaingan umum yaitu persaingan yang berasal dari produk yang dapat memenuhi kebutuhan yang sama dari konsumen tersebut.

2. Persaingan antar bentuk produk yaitu persaingan pada versi produk tertentu.
3. Persaingan antara yang menghasilkan barang atau jasa sejenis. Implikasi dari bentuk-bentuk persaingan yang tersebut di atas adalah perusahaan harus berusaha memahami apa sesungguhnya yang dibeli konsumen. Keputusan-keputusan yang diambil oleh perusahaan dalam usaha meningkatkan volume penjualan tersebut yang terjalin dalam hubungan kerjasama dalam organisasi perusahaan.

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ
بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya : Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu. (Al-Baqarah : 148)

Dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap kepadanya. Tidak ada kelebihan satu kiblat atas lainnya, karena yang terpenting dalam beragama adalah kepatuhan kepada Allah dan berbuat kebaikan terhadap orang lain. Maka berlomba-lombalah kamu dalam kebaikan. Terhadap semua itu Allah akan memberikan perhitungan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sungguh, Allah Mahakuasa atas segala sesuatu. Allah mengulangi lagi perintah untuk menghadap Masjidilharam. Dan dari mana pun engkau keluar, wahai Nabi Muhammad, hadapkanlah wajahmu ke arah Masjidilharam, sesungguhnya

itu benar-benar ketentuan dari Tuhanmu. Allah tidak lengah terhadap apa yang kamu kerjakan. Pengulangan ini penting karena peralihan kiblat merupakan peristiwa nasakh (penghapusan hukum) yang pertama kali terjadi dalam Islam. Dengan diulang maka hal ini akan tertanam dalam hati kaum mukmin sehingga mereka tidak terpengaruh oleh hasutan orang Yahudi yang tidak rela kiblat mereka ditinggal.

g. Pelayanan

Pelayanan merupakan penunjang pemasaran suatu produk dan sekaligus dapat dilihat sebagai pusat keseluruhan produksi memenuhi kebutuhan selera konsumen. Perusahaan yang menganut konsep pelayanan mengorientasikan diri pada langganan (customer oriented) dengan mengutamakan kepuasan pelanggan. Perusahaan menetapkan pelayanan sebagai tujuan perusahaan berdasarkan pemikiran bahwa langganan lebih berminat menginginkan penjelasan. Dalam konteks ini, penjualan produk yang luas harus diselenggarakan dengan penyediaan jasa termasuk pelayanan yang luas juga. Suatu perusahaan menawarkan suatu produk utama yang sama dengan yang ditawarkan saingannya, maupun tidak mau perlu mengandalkan dan meningkatkan pelayanan, selain memperbanyak produk atau jasa untuk memperoleh keuntungan. Pelayanan dapat didefinisikan sebagai berikut : Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang dengan landasan factor material melalui sistem prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai haknya. Jadi dengan demikian tujuan dari bisnis atau perusahaan adalah menciptakan atau mempertahankan langganan untuk dapat tercipta hal tersebut faktor yang menentukan di sini adalah pelayanan. Pelayanan dan kepuasan konsumen adalah penunjang

pemasaran suatu perusahaan Dalam rangka mempertahankan bisnis dan memenangkan persaingan. Apabila pelayanan di abaikan dalam kegiatan pemasaran bisa menimbulkan ras tidak puas dari pihak konsumen. Dan ini akan merugikan pihak perusahaan.

e. Pandangan Islam Terhadap Penjualan

Setiap perusahaan pasti mempunyai tujuan untuk memuaskan setiap keinginan dan harapan konsumennya. Untuk mencapai kepuasan yang diharapkan dari konsumen, perusahaan harus bekerja keras memberikan yang terbaik kepada konsumen serta pelayanan yang benar dan jujur terhadap keterangan-keterangan suatu produk yang dibutuhkan oleh konsumen.(Afrianto, 2011)

Tujuannya adalah agar konsumen tidak merasa kecewa setelah memilikinya dan transaksi yang dilakukan dalam pembelian harus berdasarkan syari'at islam, ini dapat dijelaskan dalam ayat-ayat berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً عَنِ
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (An-Nisaa’:29)

Dari penjelasan ayat diatas dapat disimpulkan bahwa dalam memuaskan konsumen didalam jual beli haruslah atas dasar suka sama suka dan jangan sampai ada salah satu pihak yang merasa dirugikan serta janganlah melakukan trnsaksi jual beli kecuali dengan jalan perniagaan yang sudah sesuai dengan syari'at islam. Dengan melakukan jual beli

atas dasar suka sama suka tanpa ada yang merasa dirugikan maka kepuasan akan datang dengan sendirinya

Dalam memberikan kepuasan kepada konsumen jangan sampai ada kesalahan dan penipuan dalam jual beli tersebut karena jika ada kesalahan dan penipuan dalam transaksi jual beli tersebut maka Allah tidak akan meridhoi pekerjaan yang dilakukan tersebut. Allah berfirman:

أُولَٰئِكَ الَّذِينَ اشْتَرُوا الضَّلٰلَةَ بِالْهُدٰى فَمَا رَبِحَت تِّجْرَتُهُمْ وَمَا كَانُوا مُهْتَدِيْنَ

Artinya : “Mereka Itulah orang yang membeli kesesatan dengan petunjuk, Maka tidaklah beruntung perniagaan mereka dan tidaklah mereka mendapat petunjuk.” (Al- Baqarah:16).

Mereka itulah orang-orang yang jauh dari kebenaran yang membeli kesesatan dengan petunjuk. Sikap mereka yang memilih kesesatan dan mengabaikan kebenaran diumpamakan seperti pedagang yang memilih barang-barang rusak untuk dijual dalam perdagangannya. Maka perdagangan mereka itu tidak beruntung. Jangankan untung yang didapat, modal pun hilang. Dan mereka tidak mendapat petunjuk yang dapat mengantarkan kepada kebenaran, sebab yang ada pada mereka hanyalah kesesatan. Perumpamaan keadaan mereka orang-orang munafik yang sungguh mengherankan itu seperti keadaan yang aneh dari orang-orang yang menyalakan api. Setelah api itu menerangi apa-apa yang ada di sekelilingnya dan memberikan kehangatan, rasa nyaman, dan manfaat lainnya bagi mereka, tiba-tiba Allah melenyapkan cahaya yang menyinari mereka dan membiarkan mereka dalam kegelapan yang kelam, tidak dapat melihat suatu apa pun. Allah telah memberikan kepada mereka petunjuk kebenaran, tetapi mereka tidak berpegang teguh pada petunjuk tersebut, sehingga mata mereka menjadi tertutup, dan mereka pantas berada dalam kebimbangan dan kesesatan.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. (Al- Baqarah:275).

Orang-orang yang memakan riba yakni melakukan transaksi riba dengan mengambil atau menerima kelebihan di atas modal dari orang yang butuh dengan mengeksploitasi atau memanfaatkan kebutuhannya, tidak dapat berdiri, yakni melakukan aktivitas, melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Mereka hidup dalam kegelisahan; tidak tenteram jiwanya, selalu bingung, dan berada dalam ketidakpastian, sebab pikiran dan hati mereka selalu tertuju pada materi dan penambahannya. Itu yang akan mereka alami di dunia, sedangkan di akhirat mereka akan dibangkitkan dari kubur dalam keadaan sempoyongan, tidak tahu arah yang akan mereka tuju dan akan mendapat azab yang pedih. Yang demikian itu karena mereka berkata dengan bodohnya bahwa jual beli sama dengan riba dengan logika bahwa keduanya sama-sama menghasilkan keuntungan. Mereka beranggapan seperti itu, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan

mengharamkan riba. Substansi keduanya berbeda, sebab jual beli menguntungkan kedua belah pihak (pembeli dan penjual), sedangkan riba sangat merugikan salah satu pihak. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, setelah sebelumnya dia melakukan transaksi riba, lalu dia berhenti dan tidak melakukannya lagi, maka apa yang telah diperolehnya dahulu sebelum datang larangan menjadi miliknya, yakni riba yang sudah diambil atau diterima sebelum turun ayat ini, boleh tidak dikembalikan, dan urusannya kembali kepada Allah. Barang siapa mengulangi transaksi riba setelah peringatan itu datang maka mereka itu penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya untuk selama-lamanya. Allah memusnahkan harta yang diperoleh dari hasil praktik riba sedikit demi sedikit sampai akhirnya habis, atau menghilangkan keberkahannya sehingga tidak bermanfaat dan menyuburkan sedekah yakni dengan mengembangkan dan menambahkan harta yang disedekahkan, serta memberikan keberkahan harta, ketenangan jiwa dan ketenteraman hidup bagi pemberi dan penerima. Allah tidak menyukai dan tidak mencurahkan rahmat-Nya kepada setiap orang yang tetap dalam kekafiran karena mempersamakan riba dengan jual beli dengan disertai penolakan terhadap ketetapan Allah, dan tidak mensyukuri kelebihan nikmat yang mereka dapatkan, bahkan menggunakannya untuk menindas dan mengeksploitasi kelemahan orang lain, dan Allah tidak menyukai setiap orang yang bergelimang dosa karena praktik riba tidak hanya merugikan satu orang saja, tetapi dapat meruntuhkan perekonomian yang dapat merugikan seluruh warga masyarakat.

Dari firman-firman Allah diatas dapat dijelaskan bahwa dalam jual beli jangan ada kesalahan terhadap keterangan yang diberikan kepada konsumen atas produk yang kita jual karena jika terjadi kesalahan tersebut maka Allah tidak meridhoi apa yang dikerjakan tersebut.

3. Katalog

a. Pengertian Katalog

Katalog adalah sejenis brosur yang berisi rincian jenis produk dilengkapi dengan gambar-gambar. Ukurannya bermacam-macam, mulai dari sebesar saku sampai sebesar buku telepon, tergantung keperluan. Katalog merupakan sebuah media cetak yang bertujuan untuk menyebar dan memberitahukan informasi. Secara fisik bentuk katalog adalah cetakan yang terdiri dari beberapa halaman yang dijilid sehingga menyerupai buku. (Kusrianto 2007:331).

b. Fungsi Katalog

Katalog berfungsi sebagai sarana untuk menemukan kembali informasi, yakni informasi yang tersimpan di dalam koleksi suatu barang atau benda. Secara lebih terinci fungsi katalog adalah untuk memungkinkan seseorang menemukan suatu dokumen dan untuk membantu pemilihan dokumen, benda atau barang mengenai edisi tertentu dan jenis tertentu (Dunkin1969:6)

c. Bentuk Fisik Katalog

Bentuk fisik katalog terbagi menjadi empat yaitu (Suhendar 2007) :

a) Katalog Buku

Setelah uraian-uraian katalog disusun menurut sistem tertentu, kemudian dicetak menjadi semacam bibliografi sebanyak yang diperlukan. Kelebihan bentuk ini ialah katalog dapat diperbanyak dan dibawa kemana-mana. Tetapi kelemahannya tidak dapat menerima entri-entri baru. Ini berarti entri baru harus disusun dan dicetak sebagai suplemen.

b) Katalog Kartu

Katalog ini berukuran 7,5 x 12,5cm. Bentuk inilah yang paling banyak digunakan perpustakaan. Katalog - katalog yang berbentuk kartu yang telah tersusun secara sistematis dalam laci - laci katalog dapat menerima entri - entri baru tanpa merubah susunan yang ada.

c) Katalog Berkas

Katalog ini berbentuk lembaran - lembaran lepas, kemudian dibundel (dijilid) menjadi satu atau beberapa berkas setelah disusun menurut sistem tertentu.

d) Katalog Elektronik

Bentuk katalog ini muncul berkat kemajuan di bidang teknologi informasi seperti komputer. Dalam hal ini katalog berada dalam suatu basis data di komputer, sehingga tidak perlu lagi diadakan penyusunan dengan sistematika tertentu seperti bentuk lainnya. Kelebihan katalog bentuk ini adalah lebih cepat dan mudah diakses, menghemat tenaga dan biaya dalam pembuatannya, dan entri-entri baru dapat dimasukkan setiap saat. Kelemahannya ialah jika listrik padam, maka tidak bisa dipergunakan

C. Penelitian Tedahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan, selain itu untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam kajian pustaka peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut :

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Heni Tiara, “Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Tiket (Studi Pada PT Puspa Jaya Transport Bandar Lampung)”	Penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan sistem informasi akuntansi penjualan dapat berjalan dengan lancar dan tepat maka diperlukan dokumen yang mendukung pelaksanaan tersebut. Sistem dan prosedur penjualan pada penjualan tiket PT Puspa Jaya melibatkan tiga fungsi yang terkait, yaitu bagian pelayananan penjualan,	Penelitian dari Heni Tiara menjadikan perusahaan transportasi sebagai subjek penelitian sedangkan peneliti menjadikan perusahaan jasa sebagai subjek penelitian

			penerimaan uang, dan bagian instalasi.	
2	Khoirul Umma Harahap, “Penerapan Sistem Informasi Akuntansi dalam Mendukung Pengambilan Keputusan Penjualan (Studi Kasus pada PT. Syukur Jamin Mulia Deli Serdang)”	Penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan penerapan sistem informasi akuntansi penjualan belum maksimal dikarenakan adanya kendala yang dialami pada proses <i>sales and distribution</i>	Penelitian Khoirul Ummam Harahap menjadikan perusahaan <i>exporter, importer, and agriculture supplier</i> sedangkan peneliti menjadikan perusahaan jasa sebagai subjek penelitian
3	Ulfasari Fauzi Putri, “Analisis Terhadap Sistem Informasi Akuntansi Penjualan untuk Meningkatkan Pengendalian	Penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan kurangnya komunikasi antara bag dokumen dan cs dengan bag <i>accounting</i>	Penelitian Ulfasari Fauzi Putri menfokuskan objek pada pengendalian internal sedangkan

	Internal pada PT. Jasindo Lintastama di Jakarta		sehingga terjadi kesalahan pada <i>invoice</i> dan faktur	peneliti menfokuskan objek sebatas penjualan
4	Syafriadi S, “Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan dan Penerimaan Kas pada PT. Oze Power Switch Cabang Maka’ar”	Penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem informasi akuntansi yang diterapkan PT. OZE Power Switch Cabang Makasar dalam memproses transaksi penjualan dan penerimaan kas telah mampu menghasilkan informasi yang baik	Penelitian Syafriadi S memfokuskan objek penelitian pada sistem informasi akuntansi penjualan dan penerimaan kas sedangkan peneliti memfokuskan objek penelitian pada sistem informasi akuntansi penjualan
5	Zahrah Delima Hamid, “Penerapan Sistem Informasi Akuntansi	Penelitian deskriptif dengan pendekatan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem informasi	Penelitian Zahrah Delima Hamid

	Penjualan PT. Columbus Citra Bumi Sulawesi”s	kualitatif dan flowchart melalui gambaran proses dan prosedur	akuntansi penjualan sudah berjalan dengan baik sesuai dengan <i>standard operating procedure</i> (SOP) baik dari pelayanan departemen penjualan, persetujuan kredit, keuangan, dan Gudang atau pengiriman	menggunakan <i>flowchart</i> sebagai bagian dari penelitian sedangkan peneliti tidak menggunakan <i>flowchart</i>
6	Dalilah Siagian, “Pengaruh Perputaran Persediaan dan Penjualan Terhadap Laba Bersih pada UD Flamboyan Coconut Centre Batu Bara	Penelitian Kuantitatif dengan cara mengolah data melalui aplikasi SPSS	Hasil penelitian menunjukkan bawa perputaran persediaan berpengaruh positif terhadap laba dan penjualan juga berpengaruh positif terhadap perputaran persediaan	Penelitian Dalilah Siagian menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif

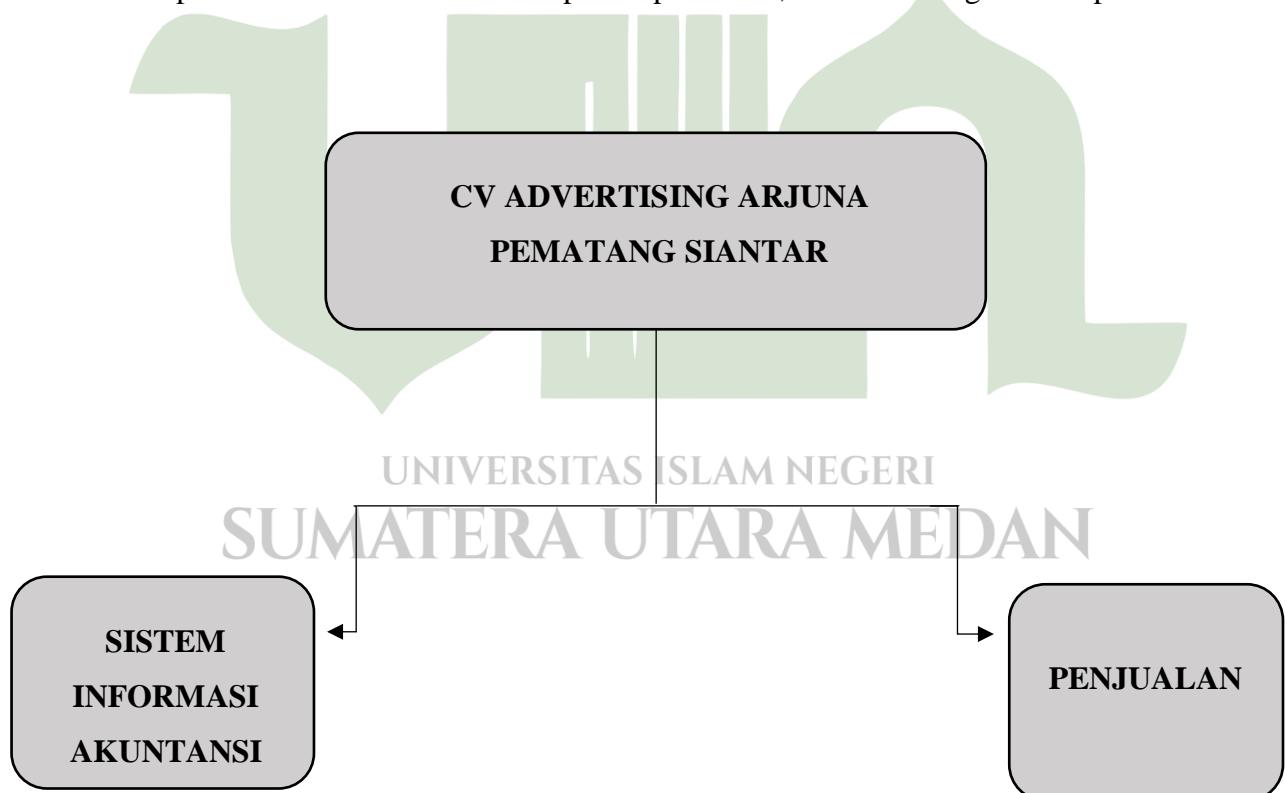
7	Afrianto, “Analisis Penjualan PT Suka Fajar LTD dalam meningkatkan Volume Penjualan Produk Mitsubishi di Riau	Penelitian Kuantitatif dengan cara mengolah data melalui aplikasi SPSS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penjualan yang dilakukan perusahaan belum maksimal	Penelitian Afrianto menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif
8	Hasriani, “Analisis Sistem Penjualan Kendaraan Bermotor pada Kantor CV Mitra Angkasa Jaya Utama (Maju) Kabupaten Gowa	Penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyebab terus menurun karena sistem lama yang belum efisien sehingga proses kerja menjadi lebih lambat dalam proses mencari data-data penjualan masih dengan membuka banyak arsip sehingga	Penelitian Hasrina menjadikan perusahaan transportasi sebagai subjek penelitian sedangkan peneliti menjadikan perusahaan jasa sebagai subjek penelitian

			memakan waktu yang lama.	
9	Rezkita Sawitri, “Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan Motivasi terhadap Kinerja Individu pada Hotel Bintang 4 di Kota Pekanbaru”	Penelitian kuantitatif dengan metode <i>purposive sampling</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem informasi akuntansi dan motivasi berpengaruh positif terhadap kinerja individu pada hotel bintang 4 di kota pekanbaru	Penelitian Rezkita Sawitri menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif
10	Indah Selvia, “Implementasi Model Cobit Sistem Informasi Akuntansi Perhotelan di Bangka City Hotel”	Penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bangka City Hotel telah menerapkan <i>awerness and communications, staff skills and expertise, goal setting and measurement</i> dan belum pernah	Penelitian Indah Selvia menfokuskan subjek pada Bangka City Hotel sedangkan peneliti menfokuskan subjek pada perusahaan jasa

			<p>menerapkan <i>sepenuhnya tool and automation, responsibility and accountability, policies, plan, and procedures</i></p>	
--	--	--	---	--

D. Kerangka Konseptual

Kerangka Konseptual adalah suatu cara yang menggambarkan di mana seorang peneliti menjelaskan bagaimana cara kerja isi penelitiannya. Maupun hal-hal yang dilakukan secara singkat yang bertujuan untuk mempermudah pembaca memahami alur dari proses penelitian, berikut kerangka konseptual :



GAMBAR 2.2

Kerangka Konseptual

Adapun maksud kerangka konseptual pada CV Advertising Arjuna Pematang Siantar yaitu penelitian dapat dibuat suatu kerangka konseptual yang dapat menjadi landasan dalam penelitian ini dilihat dari sistem informasi akuntansi dan penjualan.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN