

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of the sales information system on sales performance. Object of this study is Body Fit - Elizabeth, a company engaged in swimsuit manufacturing, which is located at Jalan Kihur No. 7-9, Bandung. The sample size was taken as many as 20 people. From the research results can be seen that the whole question in the variables X and Y that shows a valid and reliable results. From the regression results using Linear Regression is performed on the 20 respondents indicated a value of 0671 indicating that the influence between variables X and Y. Significance value (p value) obtained amounted for 0000. This indicates that H_0 is rejected because the value is smaller equal to 0.05 ($0000 \leq 0.05$). Therefore we can conclude that the hypothesis the author is acceptable, meaning that the sales information system significantly influence sales performance.

Key words : Sales Information System, Performance, Sales

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh sistem informasi penjualan terhadap kinerja penjualan. Objek dari penelitian ini adalah *Body Fit – Elizabeth*, perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur pakaian renang, yang berlokasi di Jalan Kihur Nomor 7-9, Bandung. Adapun ukuran sampel yang diambil sebanyak 20 orang. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan dalam variabel X dan variabel Y yang menunjukkan hasil yang valid dan reliabel. Dari hasil regresi dengan menggunakan *Regression Linear* yang dilakukan atas 20 responden menunjukkan nilai sebesar 0.671 yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara variabel X dan variabel Y. Nilai signifikansi (p value) yang diperoleh adalah sebesar 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak karena nilai tersebut lebih kecil sama dengan 0.05 ($0.000 \leq 0.05$). Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan penulis dapat diterima, artinya sistem informasi penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja penjualan.

Kata-kata kunci : Sistem Informasi Penjualan, Kinerja, Penjualan

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	7
2.1 Sistem	7
2.1.1 Pengertian Sistem	7
2.2 Informasi	8
2.2.1 Pengertian Informasi	8
2.2.2 Kualitas Informasi	9
2.3 Sistem Informasi	11
2.3.1 Pengertian Sistem Informasi	11

2.3.2	Komponen Utama Sistem Informasi	11
2.4	Sistem Informasi Akuntansi	15
2.4.1	Pengertian Sistem Informasi Akuntansi	15
2.4.2	Tujuan Utama Penyusunan Sistem Informasi Akuntansi	17
2.4.3	Komponen Sistem Informasi Akuntansi	17
2.4.4	Fungsi Sistem Informasi Akuntansi	18
2.5	Sistem Informasi Akuntansi Penjualan	19
2.5.1	Pengertian Sistem Informasi Akuntansi Penjualan	20
2.5.2	Tujuan Disusunnya Sistem Informasi Penjualan	20
2.5.3	Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Tunai	21
2.5.3.1	Fungsi yang Terkait Pada Aktivitas Penjualan Tunai ..	21
2.5.3.2	Informasi yang Diperlukan Oleh Manajemen	22
2.5.3.3	Dokumen yang Digunakan	23
2.5.3.4	Catatan Akuntansi yang Digunakan	25
2.5.3.5	Jaringan Prosedur yang Membentuk Sistem	27
2.5.3.6	Unsur Pengendalian Intern	28
2.5.4	Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Kredit	32
2.5.4.1	Fungsi yang Terkait	32
2.5.4.2	Informasi yang Diperlukan Oleh Manajemen	34
2.5.4.3	Dokumen yang Digunakan	35
2.5.4.4	Catatan Akuntansi yang Digunakan	38
2.5.4.5	Jaringan yang Membentuk Sistem	39
2.5.4.6	Unsur Pengendalian Intern	40
2.6	Kinerja	44
2.7	Penjualan	45
2.7.1	Pengertian Penjualan	45
2.7.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan	46
2.8	Kinerja Penjualan	49
2.9	Rerangka Pemikiran	49

2.10 Hipotesis	51
BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1 Objek Penelitian	52
3.2 Profil Perusahaan	52
3.2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	52
3.3 Metode Penelitian	53
3.4 Analisis Data	54
3.4.1 Sumber Data Penelitian	54
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	54
3.5 Operasionalisasi Variabel	56
3.6 Desain Pengukuran	58
3.7 Populasi dan Sampel	59
3.8 Analisis Data	60
3.8.1 Uji Validitas	60
3.8.2 Uji Reabilitas	61
3.9 Analisis Regresi	62
3.10 Pengujian Hipotesis	64
3.11 Koefisien Determinasi	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Hasil Penelitian	66
4.1.1 Prosedur dan Dokumen Penjualan	66
4.1.2 Struktur Organisasi	68
4.1.3 Sistem Pengendalian Internal	69
4.2 Pembahasan	69
4.2.1 Uji Validitas	70
4.2.2 Uji Realibilitas	72
4.3 Uji Hipotesis Pengaruh Sistem Inforamsi Penjualan (X) terhadap	

Kinerja Penjualan (Y)	74
4.3.1 Analisis Koefisien Korelasi	74
4.3.2 Analisis Persamaan Regresi Linear Sederhana	75
4.3.3 Koefisien Determinasi	77
4.3.4 Pengujian Hipotesis	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kurva Uji-t Dua Pihak.....	79
-------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel I Variabel dan Skala Pengukuran.....	58
Tabel II Desain Pengukuran (Skala Likert's).....	59
<u>Tabel III Uji Validitas Variabel Independen</u>	71
<u>Tabel IV Uji Validitas Variabel Dependen</u>	71
<u>Tabel V Uji Reliabilitas Variabel Independen</u>	72
<u>Tabel VI Uji Reliabilitas Variabel Dependen</u>	73
<u>Tabel VII Analisis Korelasi <i>Product Moment</i></u>	74
<u>Tabel VIII Koefisien Korelasi dan Taksirannya</u>	74
<u>Tabel IX Nilai Koefisien Regresi</u>	75
<u>Tabel X Analisis Koefisien Determinasi</u>	77
<u>Tabel XI Analisis Koefisien Determinasi</u>	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Kuesioner.....	83
Lampiran B : Rekapitulasi Jawaban Responden.....	86
Lampiran C : Hasil Uji Regresi Linear.....	88
Lampiran D : Flowchart.....	89
Lampiran E : Surat Order Penjualan.....	92