

Peran Sistem Pengendalian Manajemen Pada Penjualan Vaie Gift Sebagai Alternatif Hadiah Trend Saat Ini

Isa Ursila¹, Aulia Dynda Eka Mayasari², Farikhah Rohmatul Hidayah³,
Kusuma Adi Rahardjo⁴

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya

Email: ursilaisa12@gmail.com, auliaa.dindaa@gmail.com, farikhahrohmatulhidayah@gmail.com,
kusumaadirahardjo@gmail.com

Citation: Ursila, I., Mayasari, A. D. E., RHidayah, F. R., & Rahardjo, K. A. (2023). Peran Sistem Pengendalian Manajemen Pada Penjualan Vaie Gift Sebagai Alternatif Hadiah Trend Saat Ini. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL (EMBISS)*, 3(2), 167–173.
<https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/207>

Received: 20 Januari 2023
Accepted: 30 Januari 2023
Published: 16 Februari 2023

Publisher's Note: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS) stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



Copyright: © 2023 by the authors. Licensee Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS), Magetan, Indonesia. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

Abstract.

Health in the body of a business is one of the most critical factors. Small or large businesses, such as the division of labor for each member, the provision of raw materials, sales strategies, and others, must consider it. So we need a system to organize and coordinate everything; it is called a management control system. This research was conducted to determine the role of the management control system in Vaie Gift sales. In this study, it was found that there was a production process that had not run optimally because it could not make many variations and provide many ready goods. Therefore, it was necessary to control and anticipate deficiencies in materials and results that were not optimal in the products produced later. This control can be done by supervising activities during production, choosing good-quality materials, and paying more attention to placing production results. We, "Vaie Gift," carry out product introductions in 2 ways, namely online stores and offline stores, to increase sales, orders and increase incoming orders. Our offline store is usually open to several university graduates, and for online stores, we use marketplaces such as Shopee, Tokopedia, Tiktok, and Pre-Order (PO).

Keywords: Management Control System, Sales

Abstrak.

Kesehatan dalam tubuh sebuah usaha ialah salah satu faktor yang paling penting dan harus diperhatikan oleh usaha kecil atau usaha besar, seperti pembagian kerja setiap anggota, penyediaan bahan baku, strategi penjualan, dan lainnya. Sehingga diperlukannya sebuah sistem untuk mengatur dan mengkoordinir itu semua, sistem tersebut dinamakan sistem pengendalian manajemen. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui peran sistem pengendalian manajemen pada penjualan Vaie Gift. Dalam penelitian ini ditemukan adanya proses produksi yang belum berjalan secara maksimal dikarenakan belum dapat membuat banyak variasi dan menyediakan banyak barang yang *ready*. Maka dari itu perlu adanya pengendalian untuk mengantisipasi adanya kekurangan dari segi bahan

maupun hasil yang belum maksimal pada produk-produk yang dihasilkan nantinya. Pengendalian tersebut bisa dengan cara mengawasi kegiatan pada saat produksi, memilih bahan dengan kualitas yang bagus serta lebih diperhatikan lagi untuk meletakkan hasil produksi. Kami "Vaie Gift" ini melakukan pengenalan produk melalui 2 cara yakni *online store* dan juga *offline store* guna meningkatkan penjualan dan Pemesanan. *Offline store* kami biasanya membuka *stand* di beberapa universitas yang sedang mengadakan dan untuk *Online store* kami menggunakan *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, Tiktok, dan *Pre Order* (PO).

Kata Kunci: Sistem Pengendalian Manajemen, Penjualan

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, banyak berkembangnya ide dan kreatifitas untuk membuka lapangan usaha perseorangan ataupun kelompok. Tapi, penyehatan dalam tubuh perusahaan salah satu faktor untuk mempertahankan perusahaan, yang diantaranya yaitu mengevaluasi sistem pengendalian manajemen dimana pengendalian juga merupakan salah satu fungsi dasar dari manajemen. (Siti Hardianti Musa, 2013:2). Untuk meningkatkan daya saing, maka sebuah usaha perlu menerapkan sistem pengendalian manajemen yang tepat dan baik dalam merealisasikan kegiatan yang menunjang usaha keberhasilan suatu usaha. Perusahaan harus mampu mengendalikan dan memberikan kepuasan tersendiri dengan konsumen agar dapat menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan konsumen. Sistem pengendalian manajemen yang baik dan tepat akan meningkatkan penjualan. Perusahaan harus mampu mengendalikan semua sumber daya yang dapat digunakan, baik sumber daya manusia, teknologi dan alat-alat serta segala hasil yang dapat diperoleh dari perusahaan sehingga proses pencapaian tersebut dapat berjalan dengan lancar. Pada penelitian ini, kami menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Berdasarkan dari latar belakang diatas, para peneliti tertarik mengambil judul mengenai peran sistem pengendalian manajemen pada penjualan Vaie Gift Sebagai Alternatif Hadiah Trend Saat Ini. Adapun tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui peran sistem pengendalian manajemen pada penjualan Vaie Gift, penerapan sistem pengendalian manajemen pada usaha Vaie Gift dan mengetahui apa saja kendala yang terjadi dan solusi untuk usaha Vaie Gift.

Suatu rangkaian kegiatan yang terjadi pada seluruh kegiatan organisasi dan berjalan dengan secara terus-menerus dan berskala, atau disebut juga sebagai Sistem Pengendalian Manajemen. Pengendalian sistem manajemen bukanlah suatu sistem terpisah dalam suatu organisasi, akan tetapi harus ada dan dianggap sebagai suatu bagian penting dari setiap sistem yang akan digunakan manajemen untuk pengontrol dari kegiatannya. Dari kutipan Anthony and Govindarajan dalam buku yang berjudul *Manajemen Control System*, 2005 menyatakan bahwa: "*Manajemen Control is the process by which managers influence other members of the organization to implement the organization's strategies*". Adapun pengelolaannya memiliki kriteria sebagai berikut: (1) Pengendalian sistem administrasi dapat dipakai untuk mengontrol semua kegiatan; (2) Pengendalian sistem administrasi berlawanan dengan strategi dan cara evaluasi yang selaras secara menyeluruh, juga kurang mendetail secara terperinci

ketika menganalisis sesuatu; dan (3) Pengendalian sistem administrasi lebih menyesuaikan terhadap manusia, karena pengendalian sistem administrasi lebih merujuk pada atasan guna mencapai suatu tujuan *organization's strategics*. Suatu pengendalian sistem mempunyai bagian-bagian yang akan memungkinkan pengendalian tersebut berjalan dengan tepat.

Menurut Haim dkk, (2009:5), bagian-bagian tersebut diantaranya ialah: (1) Alat yang digunakan bertujuan untuk meneliti permasalahan apa yang akan terjadi di dalam suatu proses, yang disebut dengan *Sensor/detector*; (2) Alat yang digunakan untuk tujuan menentukan keakuratan atau disebut dengan *Asesor*; (3) Suatu alat yang dapat digunakan untuk merubah sesuatu yang didapat dari komponen asesor yang dinamakan dengan *Efektor*; dan (4) Jaringan komunikasi, yaitu alat yang dapat berguna untuk mentransfer informasi di antara detector asesor dan antara asesor dan efektor.

Sumarsan, (2011:9), menjelaskan bahwa sistem pengendalian manajemen yang bisa diharapkan mesti bisa memiliki kriteria: (1) Kemampuan pekerja harus sesuai terhadap tugas dan tanggungjawabnya; (2) Pembagian antar tugas; (3) Sistem pembagian tugas kerja, tujuannya adalah pengawasan yang cermat untuk pengelolaan atas segala pemasukan serta pengeluaran; (4) Pengendalian pengelolaan harta dan data-data yang dianggap penting; dan (5) Periksa kondisi pemasukan agar ketika di koreksi antara data di buku dan di lapangan tidak terjadi perbedaan.

Proses pengelolaan manajemen yang baik harus *legal*, akan tetapi sikap pengelolaan yang *illegal* masih sering terjadi. Sehingga pengelolaan manajemen yang resmi merupakan tahap yang saling berkaitan satu dengan lainnya, proses tersebut antara lain:

1. Pemrograman (*Programming*). Pada tahapan ini perusahaan harus menentukan rencana yang akan dijalankan dan meneliti potensi yang akan dialokasikan untuk setiap rencana yang telah disepakati.
2. Penganggaran (*Budgeting*). Pada bagian ini rencana penganggaran kinerja direncanakan secara terperinci, seperti yang diungkapkan dalam satu moneter, untuk suatu periode yang ditentukan, normalnya adalah satu tahun.
3. Operasi dan Akuntansi (*Operating and Accounting*). Pada bagian ini dilakukan pencatatan terhadap beberapa sumpotensi yang digunakan dan pendapatan yang didapat. rincian tersebut dikelompokkan dengan rencana yang telah ditetapkan tanggungjawabnya. Pengelompokan yang sesuai rencana digunakan sebagai dasar untuk pemrograman di waktu yang akan mendatang, sedangkan pengelompokan yang sudah sesuai dengan pusat tanggungjawab akan digunakan untuk acuan kinerja para manajer di masa yang akan datang.
4. Laporan dan Analisis (*Reporting and Analysis*). Pada bagian ini adalah hal yang paling penting karena untuk menutup suatu siklus dari proses pengendalian manajemen, supaya data yang didapat digunakan untuk proses pertanggung jawaban.

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan melalui wawancara secara langsung dari narasumber atau subjek penelitian yang berperan sebagai pelaku usaha penjualan secara online. Adapun narasumber tersebut ialah penjual online yang menjual produk fashion. Sedangkan data sekunder didapatkan dengan mengkaji artikel-artikel ilmiah yang memiliki korelasi dengan penelitian ini, buku yang berkaitan dengan penelitian, ataupun informasi yang menyebar di media berita. Wawancara dilakukan sejak tanggal 09 November hingga 15 November 2020 karena menyesuaikan dengan waktu luang narasumber.

Penjualan disebut dengan istilah Personal selling. Personal selling adalah interaksi antara individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain (Basu Swastha ;2007 ;260). Istilah penjualan sering dianggap sama dengan pemasaran, padahal pemasaran mempunyai ruang lingkup yang sangat luas. Penjualan merupakan salah satu bagian dari variabel pemasaran dan besar peranannya dalam kegiatan pemasaran. Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksananya transfer hak atau transaksi. Oleh karena itu, kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan pembelian, terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan (demand), menemukan si pembeli, negosiasi harga, dan syarat-syarat pembayaran (Sofjan Assauri; 2007;23). Menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkannya. (Basu Swastha;2009;8). Marwan mengatakan Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Konsep penjualan yaitu orientasi perusahaan yang menekankan kepada besarnya volume penjualan atau hasil penjualan (Fajar Laksana:2008:5), dan juga Konsep penjualan menekankan orientasi pada produk yang dihasilkan untuk dijual yang didukung dengan kegiatan penjualan dan promosi, sehingga tujuan perusahaan jangka pendek dapat dicapai melalui pencapaian target penjualan (Sofyan Assauri; 2007:81).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif. "Penelitian kualitatif adalah pengumpulan suatu data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti sebagai instrument kunci. Ada beberapa kampus yang kami gunakan dalam pengambilan data penjualan antara lain UMSIDA, UNAIR dan UWP.

Pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowbaal, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat kualitatif dan hasilnya lebih menekankan makna daripada generalisasi "Menurut Albi Anggito (2018). Subjek penelitian ditentukan dengan cara *offline store* dan *online store*, *offline store* mendirikan stand saat wisuda di beberapa kampus. Penelitian ini dilakukan tepatnya pada bulan Oktober hingga bulan Desember 2022 selama tiga bulan. Tempat penelitian ini dilakukan di beberapa kampus antara lain UMSIDA, UNAIR dan UWP.

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara mengamati dan mencatat secara langsung dengan mendetail dari objek yang diteliti. Objek yang diteliti pada penelitian ini yaitu para pembeli dari hasil produksi Viea Gift pada saat penjualan offline dengan mendirikan stand di beberapa acara kelulusan dan penjualan online melalui e-commerce maupun Pre-Order. Dari hasil pengamatan (observasi) yang dilakukan oleh peneliti, dapat diperoleh pandangan yang lebih jelas tentang masalahnya. Dengan adanya penelitian ini, peneliti mendapatkan data lebih lengkap tentang kebutuhan maupun keinginan para pembeli dan kendala yang dialami peneliti pada saat proses produksi hingga pendirian stand.

Dengan menggunakan metode dokumentasi pada saat penelitian, peneliti memperoleh informasi lebih detail tentang masalah yang dialami saat penjualan berlangsung. Data dokumentasi ini juga dapat memperkuat hasil penelitian yang di peroleh peneliti untuk mengembangkan data dan informasi yang lebih aktual. Selain itu dengan dokumentasi ini

peneliti lebih mengerti tentang kebutuhan dan trend hadiah yang paling cocok pada saat acara kelulusan.

Analisa data adalah usaha yang dilakukan dengan cara menganalisis data, mengelompokan data, menyaring dari beberapa data dan dijadikan satu- kesatuan yang bisa dikelola,. Analisis data ini tujuannya untuk mengetahui implementasi dari strategi penjualan yang dilakukan oleh Viera Gift melalui online maupun offline. Adapun cara analisa dari data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa data kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyusunan Program (Pemrograman) Pemrograman yang ditetapkan oleh usaha dirumuskan dengan menggunakan asumsi dan pedoman dalam uraian tujuan dan strategi, serta dijabarkan dalam kerangka tindakan jangka pendeknya. Dalam rumusan program tersebut juga telah tercantum perkiraan besar pendapatan, pengeluaran, dan pembelanjaan modal. Pada usaha menyusun program melalui diskusi antara anggota tim.

Anggaran Pendapatan. Anggaran pendapatan dinyatakan dalam satuan keuangan. Anggaran pendapatan mencakup Kurun waktu 3 bulan, uang yang diperinci tiap bulan juga. Anggaran pendapatan ditentukan melalui diskusi antara anggota tim berdasarkan target penjualan dan data tiap bulan. Anggaran pendapatan disusun dan diperinci menurut jenis produk. Anggaran pendapatan secara berkala setiap akhir bulan dibandingkan dengan realisasinya dan digunakan untuk menguji kelayakan usaha.

Anggaran Biaya. Anggaran biaya dinyatakan dalam satuan keuangan. Anggaran biaya mencakup kurun waktu 3 bulan dan diperinci tiap bulan juga. Anggaran biaya ditentukan melalui diskusi antara anggota tim berdasarkan rencana pengeluaran dan data tahun lalu. Anggaran biaya disusun dan diperinci menurut jenis bahan baku.

Anggaran Laba. Anggaran laba dinyatakan dalam satuan keuangan. Anggaran laba mempunyai ketentuan mengenai besarnya laba yang harus dicapai dan dinyatakan secara jelas dan tertulis. Laba yang dicapai merupakan selisih antara pendapatan dan biaya yang terjadi.

Pelaporan dan Analisis. Pelaporan dilakukan setiap 1 minggu sekali, dimulai dari bagian-bagian yang terlibat dalam penjualan dilaporkan pada bendahara Viera Gift kemudian dilakukan pencatatan secara langsung. Laporan hasil penjualan ke bendahara diperinci secara keseluruhan dan dianalisis yang menyajikan selisih antara anggaran dan realisasinya, faktor-faktor penyebab selisih. Kegiatan evaluasi dilakukan terhadap hasil penjualan yang dicapai .

Dalam penulisan hasil penelitian dan pembahasan memuat deskripsi hasil pengolahan data penelitian, yang mengacu pada masalah penelitian dan pertanyaan penelitian. Hasil analisis data dituliskan dengan rinci berdasarkan metode analisis yang digunakan, hingga memperlihatkan hasil analisis statistik yang peneliti lakukan. Penulis sebaiknya menuliskan implikasi dari hasil olah data yang dilakukan sebagai alat justifikasi untuk mendeskripsikan hasil penelitian yang telah dilakukan. Hal tersebut dimaksudkan untuk mendeskripsikan terkait arti dan makna dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan. Hasil penelitian dijustifikasi dengan kesesuaian atau pertentangan hasil penelitian sebelumnya, yang berbasis pada jurnal nasional atau internasional.

SIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian dan analisa menunjukkan bahwa peran sistem pengendalian manajemen pada penjualan Viera Gift ini berjalan dengan baik, hal ini ditunjukkan dari

pengendalian sistem administrasi yang dilakukan untuk mengontrol segala kegiatan yang berlangsung selama penjualan secara *online* melalui *e-commerce* ataupun *offline store* dengan mendirikan stand di beberapa acara kelulusan sekolah tinggi dan Vaie Gift ini juga lebih mengedepankan produksi yang sedang ramai diperjual belikan di beberapa acara kelulusan sekolah tinggi. Dengan adanya produksi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para pembeli dapat meningkatkan sistem administrasi Vaie Gift.

Untuk penerapan sistem pengendalian manajemen pada usaha Vaie Gift yaitu dengan beberapa cara, pertama para mahasiswa harus memiliki kemampuan yang sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya, kedua setiap mahasiswa harus memiliki pembagian tugas yang seimbang, pembagian tugas dalam Vaie Gift terbagi dari tim produksi, sebagai tim penjualan *offline* dan tim pembelian segala kebutuhan produksi. Sistem pembagian tugas kerja, tujuannya adalah pengawasan yang cermat untuk pengeolaan atas segala pemasukan, pengeluaran dan rencana usaha Vaie Gift. Ketiga, pengendalian pengelolaan harta dan data-data yang di anggap penting, para mahasiswa harus cermat dalam melihat laporan antara data di buku dan di lapangan agar tidak terjadi perbedaan dalam hal laporan tersebut.

Namun ada beberapa kendala yang di alami oleh Vaie Gift pada saat melakukan penjualan secara *offline*, yakni kurangnya informasi yang akurat dari pihak luar mengenai lokasi dan jam acara kelulusan sekolah tinggi, stand penjualan dan transportasi yang kurang memadai sehingga tidak bisa membawa hasil produksi Vaie Gift terlalu banyak. Tetapi kendala tersebut bisa atasi dengan baik oleh para mahasiswa tersebut dengan berbagai solusi, salah satunya dengan cara mencari informasi lebih detail mengenai lokasi dan jam acara pada beberapa calon wisudawan, membuka stand penjualan di beberapa sekolah tinggi dalam satu hari yang sama untuk dan membawa beberapa hasil produksi yang memang cocok untuk kebutuhan pembeli di acara kelulusan sekolah tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini. N, Maya Purnama, Cecep Yandi. (2021). *Analisis SWOT Pengelolaan Digital Marketing Pada Brand DIOR Untuk Kepuasan Konsumen*. Jurnal Pendidikan Multimedia 3 (4): 103-110.
- Assauri, Sofyan., (2007), *Manajemen Pemasaran*, Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Bakhtiar, Muh Rizal, Risma Niswany, Andi Muhammad, Ika Reskiyanti. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis Toko Filosofi Gift Di Kota Makassar*. Jurnal Ekonomi dan Pendidikan 5 (1): 20-27
- Basu Swastha. (2007). *Azas-azas Marketing*, Edisi Ketiga, Liberty, Yogyakarta.
- Basu Swastha., & Irawan. (2008), *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Liberty, Yogyakarta.
- Fantini, E., Sofyan, M., & Suryana, A. (2021). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Sarana Promosi Usaha Kecil Menengah Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL (EMBISS)*, 1(2), 126–131. Retrieved from <https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/18>
- Griffin, Ebert. (2007). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Erlangga
- Laksana, Fajar., (2008), *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, Andi, Yogyakarta
- Lukitasari, Lia Nirawati. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Online Shop Queenstreet*. Jurnal Disrupsi Bisnis 4 (3): 190-200
- Mardalis. (2014). *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara

- Musa, Sitti Hardianti. (2013). "Evaluasi Sistem Pengendalian Manajemen Untuk Meningkatkan Kinerja Manajer Penjualan Pada PT. Hasrat Abadi Manado". JURNAL EMBA. Vol.1 No. 4, Hal 1790-1798.
- Philip Kotler dan Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, edisi 12, PT Gelora Aksara Pratama, Erlangga
- Putri. A, Nur Faidah, Linda Hetri, Mentari Dwi. (2021). *Analisis Manajemen Strategi Usaha Bucket Snackdf Pekanbaru*. Accounting Journal 1 (3): 394-404
- Sutojo, Siswanto dan F. Kleinsteuber. (2002). *Strategi Manajemen Pemasaran*, cetakan pertama. Jakarta: Damar Mulia Pustaka