

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka dari penelitian yang dilakukan sebelumnya digunakan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Daftar *literature* yang digunakan antara lain :

1. Oleh Varissa Hikmatillah, Iqbal Kamil Siregar, Wan Mariatul Kifti (2022), pada Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi ISSN Vol. 9, No. 4, Desember 2022, Hal. 3108-3118, dengan judul “E-CRM Berbasis Web Pada Sistem Informasi Penjualan Toko Kue”. Bunda Bakery merupakan salah satu tempat penjualan kue dengan berbagai macam bentuk. Bunda Bakery memiliki varian rasa dan bahan yang beragam serta harga yang beragam. Sejauh ini, proses penjualan pada toko kue bunda bakery masih secara manual seperti informasi dari mulut ke mulut yang menyebabkan jangkauan penjualannya masih terbatas sehingga perlu di terapkannya strategi penjualan yang dapat meningkatkan layanan penjualan serta customer supportnya. Disini pelanggan juga harus datang ke produsen untuk melihat lebih detail apa yang dijual oleh produsen. Konsep CRM ini dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan serta dapat membantu toko bunda bakery dalam meningkatkan pengelolaan data agar lebih mudah mengambil keputusan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas pada toko bunda bakery.
2. Oleh Muhamad Firhan Al Farisi, Agung Purwanto (2022), pada JURIKOM (Jurnal Riset Komputer), Vol. 9 No. 4, Agustus 2022, dengan judul “Penerapan Metode CRM Pada Perancangan Sistem Informasi

Penjualan Pakaian dan Aksesoris”. VJ Collection adalah salah satu toko yang bergerak di bidang dagang yang telah menjual berbagai produk pakaian dan aksesoris khusus pria, yang berasal dari berbagai jenis brand ternama. Berdasarkan proses bisnis yang sedang berjalan pada toko VJ Collection, terdapat masalah pada media promosi penjualannya kurang luas, pencatatan penjualan yang masih dilakukan secara manual, serta terdapat resiko terjadinya kesalahan saat melakukan perhitungan pada jumlah total harga pembelian. Untuk mengatasi masalah tersebut maka akan diusulkan sebuah sistem informasi promosi penjualan yang dapat memfasilitasi pelanggan dalam mengenal produk yang ditawarkan serta melakukan transaksi pembelian barang secara online. Adapun penggunaan metode CRM adalah untuk mendata pelanggan, memberi rating produk, serta E-mail marketing. Tujuan dari penelitian ini adalah merancang sebuah website yang sesuai dengan kebutuhan VJ Collection serta pelanggan dalam melakukan transaksi yang diperlukan. Kesimpulan yang dapat diperoleh pada penelitian ini adalah sistem dinilai dapat membantu pihak toko dalam mengelola segala data transaksi serta dapat melihat dan membuat laporan yang diinginkan secara instan. Adapun pada penerapan CRM pada sistem dinilai dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dengan menggunakan E-mail marketing yang memberikan penawaran berupa bonus diskon.

3. Oleh Rivaldy Saputra Agusa, Roviana H. Daib, Nikmasari Pakayac (2024), pada *Jurnal Of System and Information Technology* Vol 3 No 2 , Jul 2024, dengan judul “Implementasi *Customer Relationship Management* Dalam Sistem Informasi Pemasaran Dan Penjualan Gula

Aren". Proses pemasaran dan penjualan produk di PT. Sentra Mulia Sejahtera, masih dilakukan secara manual, mulai dari pencatatan data, pelayanan, hingga penyajian laporan. Proses ini mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam memasarkan produk secara maksimal dan menyebabkan kurangnya efisiensi dalam entri data, pencarian data, dan penyajian laporan. Penelitian ini bertujuan untuk membangun aplikasi Sistem Informasi Pemasaran dan Penjualan berbasis web yang menerapkan *customer relationship management* (CRM). Implementasi CRM berperan dalam mengoptimalkan layanan kepada pelanggan dengan menyediakan layanan ulasan dan rating produk yang memungkinkan pelanggan memberikan feedback dan evaluasi terhadap produk yang dibeli. Selain itu, penelitian ini juga mencakup penggunaan kode referral pelanggan sebagai bagian dari strategi CRM. Kode referal ini dimaksudkan untuk mengajak pelanggan sehingga merekomendasikan produk kepada orang lain. Sebagai insentif, pelanggan akan menerima diskon produk yang meningkat setelah penggunaan kode referal. Hal ini bertujuan untuk memperluas jaringan pelanggan dan meningkatkan efektivitas pemasaran perusahaan. Melalui implementasi CRM, termasuk layanan ulasan dan rating produk serta penggunaan kode referral, perusahaan mendapatkan informasi yang komprehensif tentang perilaku pelanggan terkait produk, dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan. Metode pengembangan sistem yang digunakan dalam penelitian ini adalah model *waterfall*. Hasil dari penelitian ini adalah aplikasi sistem informasi pemasaran dan penjualan yang menerapkan CRM. Sistem telah melewati proses pengujian menggunakan teknik pengujian metode *blackbox* dan *whitebox testing*

hasil pengujian menunjukkan bahwa sistem telah bebas dari pengujian pemrograman, diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memasarkan dan menjual produk Palm Go.

4. Oleh Muhammad Ilham, Pratomo Setiaji, Nanik Susanti, Muhammad Arifin (2024) pada Jurnal teknik informatika, Vol.2 No.1 Febuari 2024, dengan judul “Sistem Informasi Manajemen Penjualan Vape Dengan Model Konsinyasi”. Dalam menjalankan bisnis, Fla Vapestore mempunyai dua orang karyawan yaitu sebagai Vaporista yang bertugas sebagai coiling dan wicking device vape dan seorang kasir yang bertugas melayani konsumen dalam pembelian produk vape seperti liquid, kapas, device, coil dan lainnya. Penjualan vape dan produk lainnya dalam kurun waktu satu bulan dapat menghasilkan kurang lebih 40 juta dengan 15 sampai 25 transaksi setiap harinya. Saat ini alur bisnis yang berjalan dalam proses penjualan vape masih dilakukan secara manual yaitu mulai dari pelanggan datang ke store untuk melihat-lihat berbagai macam vape dan liquidnya terlebih dahulu, lalu menanyakan dan memilih produk sampai pelanggan melakukan pembelian dengan melakukan pembayaran kepada kasir. Oleh sebab itu, dari permasalahan diatas dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis akan dibuatkan sebuah Sistem Informasi Manajemen Penjualan Vape dengan Model Konsinyasi yang diharapkan diharapkan dapat memudahkan pelanggan dalam membeli vape serta membantu menyediakan tempat untuk para pemilik barang dalam menjualkan vape yang dimiliki. Dan dalam sistem ini nantinya akan ada notifikasi whatsapp jika barang yang dititipkan oleh pemiliknya sudah laku terjual.

5. Oleh Ramada Aji Handiyanto, Soetam Rizky Wicaksono, Rudy Setiawan (2024), pada Jurnal Sistem Telekomunikasi Elektronika Sistem Kontrol Power Sistem & Komputer Vol. 3/ No. 1 dengan judul "*Accounting Information System in Egg Trading Business with Consignment Sales Method*". UD Berkah Mutiara Telur merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jual beli telur. Karena perusahaan melakukan penjualan secara konsinyasi, grosir, dan eceran, pencatatan transaksi yang selama ini dilakukan menggunakan buku dan *Microsoft Excel* menjadi sulit dilakukan karena variasi-variasi pada penjualan tidak dapat tercatat dengan baik serta data menjadi tidak sinkron sehingga sering terjadi perbedaan data terutama pada stok barang, jumlah piutang, dan jumlah hutang yang tidak terpantau. Berdasarkan hal tersebut perusahaan memerlukan sistem informasi akuntansi yang dapat mencatat secara keseluruhan proses transaksi yang berjalan di perusahaan sehingga data menjadi terintegrasi dan mempermudah pemantauan data. Sistem dikembangkan menggunakan metode *System Development Life Cycle (SDLC)* yang terdiri dari tahapan *planning, analysis, design, implementation, testing, dan maintenance*. Sistem dapat membantu perusahaan dalam mengelola penjualan secara konsinyasi, grosir, dan eceran, menghasilkan laporan keuangan, serta membantu pemantauan stok, hutang, dan piutang.

## **2.2 Pengertian Konsep Dasar Sistem**

Menurut I Putu Agus Eka pratama (2014:7), mendefinisikan bahwa "Sistem adalah sebagai sekumpulan prosedur yang saling berkaitan dan saling terhubung untuk melakukan suatu tugas bersama -sama. Secara garis besar sebuah sistem informasi terdiri atas tiga komponen utama, mencakup *software*,

*hardware*, dan *brainware* ketiga komponen ini saling berkaitan satu sama lain””.

### **2.3 Pengertian Konsep Dasar Informasi**

Menurut Jeperson Hutahaean (2014:9) “Informasi adalah data yang diolah menjadi suatu bentuk yang berguna bagi penerimanya”.

### **2.4 Analisis Sistem**

Menurut Rosa dan Shalahuddin (2015), “Kegiatan analisis adalah kegiatan untuk melihat sistem yang sudah berjalan, melihat bagian mana yang bagus dan tidak bagus, dan kemudian mendokumentasikan kebutuhan yang akan dipenuhi dalam sistem yang baru”.

### **2.5 Pengertian Konsep *System Development Life Cycle* (SDLC)**

SDLC dimulai dari tahun 1960 untuk mengembangkan sistem skala usaha besar secara fungsional untuk para konglomerat pada zaman itu. Sistem-sistem yang dibangun mengelola informasi kegiatan dan rutinitas dari perusahaan-perusahaan yang berpotensi memiliki data yang besar dalam perkembangannya. Pengertian *System Development Life Cycle* (SDLC) menurut para ahli adalah sebagai berikut :

Menurut Rosa A.S Dan M. shalahudin (2015:26) “*System Development Life Cycle* adalah proses pengembangan atau mengubah suatu sistem perangkat lunak dengan menggunakan metodologi yang digunakan orang untuk mengembangkan sistem-sistem perangkat lunak sebelumnya (berdasarkan best practice atau cara - cara yang sudah teruji baik)”.

Tahapan - tahapan yang ada pada SDLC secara global adalah sebagai berikut

1. Inisiasi (*initiation*)

Tahap ini biasanya ditandai dengan pembuatan proposal proyek perangkat lunak.

2. Pengembangan konsep sistem (*system concept development*)

Mendefinisikan lingkup konsep termasuk dokumen lingkup sistem, analisis manfaat biaya, manajemen rencana, dan pembelajaran kemudahan sistem.

3. Perencanaan (*planning*)

Mengembangkan rencana manajemen proyek dan dokumen perencanaan lainnya menyediakan dasar untuk mendapatkan sumber daya (*resources*) yang dibutuhkan untuk memperoleh solusi.

4. Analisis kebutuhan (*requirements analysis*)

Menganalisis kebutuhan pemakai sistem perangkat lunak (*user*) dan mengembangkan kebutuhan user, membuat dokumen kebutuhan fungsional.

5. Desain (*design*)

Mentransformasikan kebutuhan detail menjadi kebutuhan yang sudah lengkap, dokumen desain sistem fokus pada bagaimana dapat memenuhi fungsi-fungsi yang dibutuhkan.

6. Inisiasi (*initiation*)

Tahap ini biasanya ditandai dengan pembuatan proposal proyek perangkat lunak.

7. Pengembangan (*development*)

Mengkonversi desain ke sistem informasi yang lengkap termasuk Bagaimana memperoleh dan melakukan instalasi lingkungan sistem

yang dibutuhkan; membuat basis data dan mempersiapkan prosedur Kasus pengujian, mempersiapkan berkas atau *file* pengujian,

8. Integrasi dan pengujian (*integration and test*)

Mendemonstrasikan sistem perangkat lunak bahwa telah memenuhi kebutuhan yang dispesifikasikan pada dokumen kebutuhan fungsional. Dengan diarahkan oleh staf penjamin kualitas (*quality assurance*) dan *user*. Menghasilkan laporan analisis pengujian.

9. Implementasi (*implementation*)

Termasuk pada persiapan implementasi, implementasi perangkat lunak pada lingkungan produksi (lingkungan pada *user*) dan menjalankan resolusi dari permasalahan yang teridentifikasi dari fase integrasi dan pengujian.

10. Operasi dan pemeliharaan (*operations and maintenance*)

Mendeskripsikan pekerjaan untuk mengoperasikan dan memelihara sistem informasi pada lingkungan produksi (lingkungan pada *user*), termasuk implementasi akhir dan masuk pada proses peninjauan.

11. Disposisi (*disposition*)

Mendeskripsikan aktivitas akhir dari pengembangan sistem dan membangun data yang sebenarnya sesuai dengan aktivitas *user*.

## 2.6 Metode Perancangan Sistem

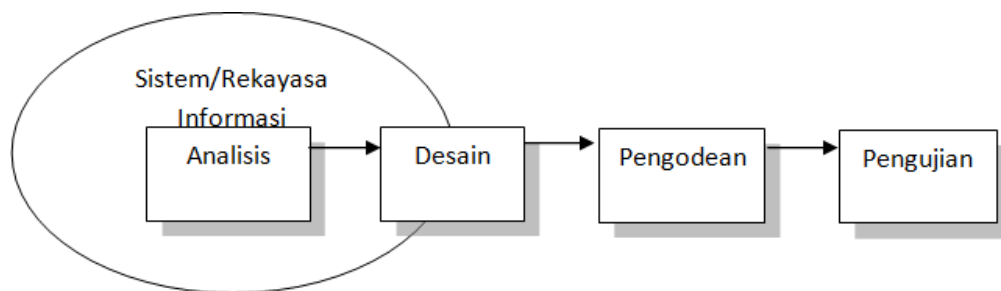
### 2.6.1 Metode *Waterfall*

Metode *Waterfall* merupakan metode yang sering digunakan oleh penganalisa sistem pada umumnya. Inti dari metode *waterfall* adalah pengerjaan dari suatu sistem dilakukan secara berurutan atau secara linear. Jadi jika langkah



pertama belum dikerjakan, maka langkah kedua tidak dapat dikerjakan. Jika langkah kedua belum dikerjakan maka langkah ketiga juga tidak dapat dikerjakan, begitu seterusnya. Secara otomatis langkah ketiga akan bisa dilakukan jika langkah pertama dan kedua sudah dilakukan.

Metode siklus *waterfall* melakukan pendekatan secara sistematis dan urut yang dimulai dari tahap analisis kebutuhan (*requirement analysis*), desain sistem (*system design*), pengkodean program (*coding*), pengujian (*testing*), serta penerapan dan perawatan (*implementation dan maintenance*). Secara umum tahapan pada model *waterfall* dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



Gambar 2. 1 Metode siklus *waterfall*

Sumber : Rosa dan Shalahudin (2013)

### 2.6.2 Tahapan metode siklus *waterfall*

Beberapa tahap pada metode siklus *waterfall* dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### 1. Analisis kebutuhan perangkat lunak

Proses pengumpulan kebutuhan dilakukan secara intensif untuk menspesifikasikan kebutuhan perangkat lunak agar dapat dipahami perangkat lunak seperti apa yang dibutuhkan oleh user. Spesifikasi kebutuhan perangkat lunak pada tahap ini perlu untuk didokumentasikan.

## 2. Desain

Desain perangkat lunak adalah proses multilangkah yang fokus pada desain pembuatan program perangkat lunak termasuk struktur data, arsitektur perangkat lunak, representasi antarmuka, dan prosedur pengkodean. Tahap ini mentranslasi kebutuhan perangkat lunak dari tahap analisis kebutuhan ke representasi desain agar dapat diimplementasikan menjadi program pada tahap selanjutnya. Desain perangkat lunak yang dihasilkan pada tahap ini juga perlu didokumentasikan.

## 3. Pembuatan kode program

Desain harus ditranslasikan ke dalam program perangkat lunak. Hasil dari tahap ini adalah program komputer sesuai dengan desain yang telah dibuat pada tahap desain.

## 4. Pengujian

Pengujian fokus pada perangkat lunak secara dari segi logik dan fungsional dan memastikan bahwa semua bagian sudah diuji. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir kesalahan (*error*) dan memastikan keluaran yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan.

### **2.7 Pengujian *Black Box Testing***

Menurut Rosa dan Salahuddin (2013) *blackbox testing* (pengujian kotak hitam) yaitu menguji perangkat lunak dari segi spesifikasi fungsional tanpa menguji desain dan kode program. Pengujian dimaksudkan untuk mengetahui

apakah fungsi-fungsi, masukan, dan keluaran dari perangkat lunak sesuai dengan spesifikasi yang dibutuhkan.

Blackbox testing dilakukan dengan membuat kasus uji yang bersifat mencoba semua fungsi dengan memakai perangkat lunak apakah sesuai dengan spesifikasi yang dibutuhkan. Kasus uji yang dibuat untuk melakukan pengujian kotak hitam harus dibuat dengan kasus benar dan kasus salah, misal kasus proses login maka kasus uji yang dibuat adalah:

1. Jika *user* memasukkan nama pengguna (*username*) dan kata sandi (*password*) yang benar.
2. Jika *user* memasukkan nama pengguna (*username*) dan kata sandi (*password*) yang salah, misalnya nama pengguna benar tapi kata sandi salah, atau sebaliknya, atau keduanya salah.

## **2.8 Unified Modelling Language (UML)**

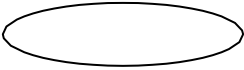
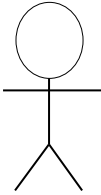

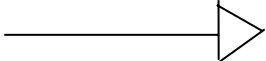
Menurut Rosa and Shalahuddin (2019) UML (*unified Modelling Language*) adalah bahasa visual untuk pemodelan dan komunikasi mengenai sebuah sistem dengan menggunakan diagram dan teks-teks pendukung. Berikut ini merupakan penjelasan tentang masing-masing diagram yang ada pada UML (*Unified Modelling Language*).

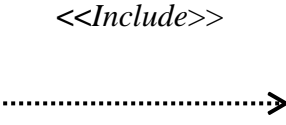
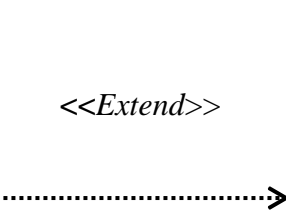
### **2.8.1 Use Case Diagram**

Menurut Rosa and Shalahuddin (2019) *Use case* mendeskripsikan sebuah interaksi antara satu atau lebih aktor dengan sistem informasi yang akan dibuat. *Use case* digunakan untuk mengetahui fungsi apa saja yang ada di dalam sebuah

sistem informasi dan siapa saja yang berhak menggunakan fungsi-fungsi tersebut. Berikut simbol-simbol yang akan digunakan dalam menggambarkan *Use Case Diagram* dapat dilihat pada tabel 2.1.

**Tabel 2.1** *Use Case Diagram*

No	Simbol	Deskripsi
1.		<p><i>Use case</i></p> <p>Fungsionalitas yang disediakan sistem sebagai unit-unit yang saling bertukar pesan antar unit atau actor</p>
2.		<p>Aktor</p> <p>Aktor seseorang/sesuatu yang berinteraksi dengan yang akan dibuat. diluar sistem informasi. Biasanya dinyatakan menggunakan kata benda</p>
3.		<p>Asosiasi/association merupakan komunikasi antara aktor dan use case yang berpartisipasi pada <i>use case</i> atau <i>use case</i> memiliki interaksi dengan aktor.</p>
4.		<p>Generalisasi (<i>generalization</i>) merupakan hubungan (umum – khusus) antara dua buah <i>use case</i> dimana fungsi yang satu adalah fungsi yang lebih umum</p>
		<p>Include berarti <i>use case</i> yang ditambahkan akan</p>


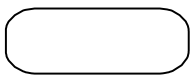
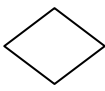
5.		dipanggil <i>saat use case</i> tambahan dijalankan.
6.		Ekstensi ( <i>extend</i> ) merupakan <i>use case</i> tambahan ke sebuah <i>use case</i> yang ditambahkan dapat berdiri sendiri walau tanpa <i>use case</i> tambahan itu.


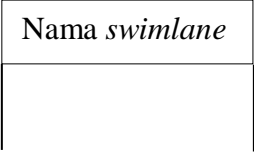

Sumber : Rosa and Shalahuddin (2019)

### 2.8.2 Activity Diagram

Menurut Rosa and Shalahuddin (2019) *activity diagram* menggambarkan aliran kerja atau aktivitas dari sebuah sistem atau proses bisnis atau menggambarkan aktivitas sistem bukan apa yang dilakukan aktor, jadi aktivitas yang dapat dilakukan oleh sistem. Berikut simbol-simbol yang akan digunakan dalam menggambarkan *activity diagram* dapat dilihat pada tabel 2.2.

**Tabel 2.2 Activity Diagram**

No.	Simbol	Keterangan
1.		Status awal aktivitas sistem, sebuah diagram aktivitas memiliki sebuah status awal.
2.		Aktivitas yang dilakukan sistem, aktivitas biasanya diawali dengan kata kerja.
3.		Percabangan ( <i>Decision</i> ) merupakan asosiasi percabangan dimana jika ada pilihan aktivitas lebih

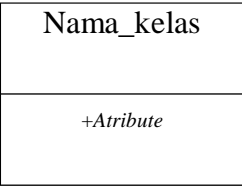
		dari satu.
4.		Penggabungan ( <i>Join</i> ) merupakan asosiasi penggabungan dimana lebih dari satu aktivitas digabungkan menjadi satu.
5.		Swimlane Memisahkan organisasi bisnis yang bertanggung jawab terhadap aktivitas.
6.		Status akhir yang dilakukan sistem, sebuah diagram aktivitas memiliki sebuah status akhir.


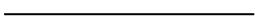
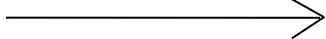
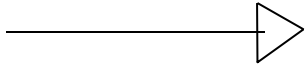
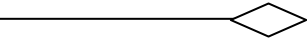
Sumber : Rosa and Shalahuddin (2019)

### 2.8.3 Class Diagram

Menurut Rosa and Shalahuddin (2019) *Class diagram* mengembangkan struktur sistem dari segi pendefinisian kelas-kelas yang akan dibuat untuk membangun sistem. Berikut simbol-simbol yang akan digunakan dalam menggambarkan *Class Diagram* dapat dilihat pada tabel 2.3.

**Tabel 2.3** *Class Diagram*

No.	Simbol	Deskripsi
1.		Kelas pada struktur sistem.

	+Operasi	
2.	Antar Muka/ <i>Interface</i>  Nama_ <i>Interface</i>	Sama dengan konsep <i>interface</i> dalam pemrograman berorientasi objek.
3.	Asosiasi / <i>Association</i> 	Relasi antar kelas dengan makna umum, asosiasi biasanya juga disertai dengan <i>symbol</i> .
4.	Asosiasi Berarah / <i>Directed Association</i> 	Relasi antar kelas dengan makna kelas yang satu digunakan oleh kelas yang lain, asosiasi biasanya juga disertai dengan <i>symbol</i> .
5.	Generalisasi 	Relasi antar kelas dengan makna generalisasi-spesialisasi (umum khusus).
6.	Agregasi / <i>aggregation</i> 	Relasi antar kelas dengan makna semua bagian ( <i>whole-part</i> ).

Sumber : Rosa and Shalahuddin (2019)

## 2.9 Customer Relationship Management (CRM)

CRM menurut Kotler dan Armstrong (2017) adalah *Process of anaging detailed information about individual customer dan carefully managing all customer "Touch point" to maximize customer loyalty. A customer touch point is*

*any occasion on which a customer encounters the brand and product-from actual experience to personal or mass communications to casual observation.*

*Customer Relationship Management (CRM)* adalah konsep yang paling penting dalam pemasaran *modern*. Yang dalam arti lebih luas, CRM adalah keseluruhan proses membangun dan memelihara hubungan pelanggan yang menguntungkan dengan menghantarkan nilai dan kepuasan pelanggan yang unggul (Kotler and Amstrong, 2017).

Dari beberapa pendapat di atas, penulis menyimpulkan bahwa CRM sebagai suatu proses dimana membangun hubungan antara perusahaan dengan nasabah untuk meningkatkan nilai dan kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan cara mengidentifikasi pelanggan dengan membentuk persepsi mengenai produk atau organisasi atau jasa yang ditawarkan melalui pemasar, penjual, layanan, dan layanan pendukung yang membuat pelanggan untuk menjadi loyal.

### **2.9.1 Konsep *Customer Relationship Management (CRM)***

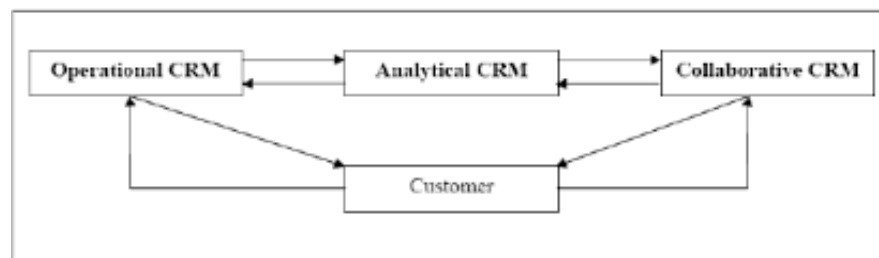
Menurut Pratama (2019) Terdapat beberapa pengertian atau konsep mengenai *Customer Relationship Management* menjelaskan CRM adalah strategi bisnis inti yang mengintegrasikan proses dan fungsi internal serta jaringan eksternal untuk menciptakan dan menyampaikan nilai bagi pelanggan sasaran dalam rangka mendapatkan laba.

### **2.9.2 Jenis Aplikasi *Customer Relationship Management***

Ada 3 jenis aplikasi *Customer Relationship Management*, antara lain :



1. *Operational Customer Relationship Management* adalah pengelolaan secara otomatis dari proses bisnis secara terintegrasi dan horizontal termasuk customer touch-point dan integrasi *front-back office*.
2. *Analytical Customer Relationship Management* adalah analisis data yang diperoleh oleh operasional crm dengan memanfaatkan tools dan software untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai perilaku pelanggan atau kelompok pelanggan.
3. *Collaborative Customer Relationship Management* adalah seperangkat aplikasi dari pelayanan kolaborasi termasuk e-mail, e-communities, publikasi personal dan alat lainnya yang sejenis yang dirancang untuk memfasilitasi interaksi antara pelanggan dengan perusahaan.



**Gambar 2.2** Kerangka *Customer Relationship Management* (CRM)  
 Sumber : T. Efraim (2005)

## 2.10 Konsinyasi

Pengertian Penjualan Hadibroto (1983:28) mengemukakan definisi penjualan sebagai berikut : “Penjualan adalah jumlah yang dibebankan pada lang- ganan dalam penjualan barang atau jasa dalam suatu periode akuntansi”.

Pengertian Konsinyasi merupakan suatu perjanjian dimana salah satu pihak yang memiliki barang menyerahkan sejumlah barang kepada pihak tertentu untuk dijual dengan memberikan komisi (Hadori Yunus 1992:141). Berkaitan dengan penyerahan fisik barang-barang oleh pihak pemilik kepada pihak lain yang

bertindak sebagai agen penjual, secara hukum dapat dinyatakan bahwa hak atas barang-barang ini dijual oleh pihak agen penjual. Penyerahan ini disebut konsinyasi (Allan R. Drebin 1993:158).

Pengertian Penjualan Konsinyasi Menurut Hadori Yunus dan Hermanto (2000 :141), penjualan konsinyasi adalah suatu perjanjian di mana salah satu pihak yang memiliki barang menyerahkan sejumlah barang kepada pihak tertentu untuk dijual dengan memberikan komisi tertentu, pihak yang menyerahkan barang (pemilik) disebut konsinyor atau pengamanat, sedangkan pihak yang menerima barang-barang konsinyasi disebut konsinyi dan barang-barang yang diterimanya disebut barang-barang komisi.

Menurut Harry Simon dan Wilbert E. Karen- brock (1992:293), penjualan konsinyasi adalah penyerahan fisik barang-barang oleh pihak pemilik kepada pihak lain yang bertindak sebagai agen penjual, sering kali dibuat persetujuan mengenai hak yuridis atas barang-barang bahwa hak atas barang-barang ini jual oleh pihak agen penjual.

Penjualan konsinyasi adalah menitipkan barang dagangan kepada pihak lain untuk dijual, sedangkan hak atas kepemilikan atas barang yang dititipkan tersebut tidak berpindah sampai barang-barang itu benar-benar terjual (Lalu Hendry Yujana 1993:80). Prinsip utama penjualan konsinyasi adalah perpindahan barang dari penjual kepada pembeli tidak diiringi dengan perpindahan hak milik dari barang itu. Dengan demikian, meskipun secara fisik barang itu berpindah tangan, namun haknya tetap berada di tangan penjual (konsinyor) sampai pembeli (konsinyi) dapat menjualnya kepada konsumen atau pihak lain (Stefanus Hadi Dar- madji 2005:47). Pengertian Penjualan konsinyasi secara umum adalah dimana suatu perusahaan (pengamanat) menitipkan barangnya untuk dijual kepada perusahaan lain

(komisioner) dengan didasarkan pada suatu perjanjian tertentu.

Menurut Stefanus Hadi Darmadji (2005:47), manfaat penjualan konsinyasi bagi pihak pengamanat/konsinyor adalah :

- a. Memperluas area pemasaran
- b. Mengendalikan harga jual produk
- c. Menurunkan biaya penyimpanan dan pengiriman produk.

Manfaat penjualan konsinyasi bagi pihak komisioner/konsinyi adalah :

- a. Menghindari risiko atas kepemilikan barang.
- b. Memperkecil modal kerja

Kewajiban-kewajiban dan Hak-hak dari Pihak Konsinyi/Komisioner menurut Hadori

Yunus (2000;144) :

- a. Kewajiban-kewajiban
  - a. Melindungi keamanan dan keselamatan barang-barang yang diterima dari pihak konsinyor.
  - b. Mematuhi dan berusaha semaksimal mungkin untuk menjual barang-barang milik konsinyor sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang diatur dalam perjanjian. Konsinyi harus menjual barang-barang tersebut dengan harga yang dinyatakan dalam perjanjian. Konsinyi harus berusaha menjual barang tersebut dengan harga sedemikian rupa sehingga tidak merugikan kepentingan konsinyor.
  - c. Mengelola secara terpisah baik dari segi fisik maupun administratif terhadap barang-barang milik konsinyor, sehingga identitas barang-barang tersebut

tetap dapat diketahui setiap saat. Pembukuan yang tertib dan teratur harus diselenggarakan terhadap transaksi penjualan barang-barang konsinyasi. Hasil penjualan, biaya penjualan konsinyasi semuanya harus di nyatakan dengan jelas di dalam rekening pembukuan untuk melindungi hak-hak (kepentingan) konsinyor.

d. Membuat laporan periodik tentang barang-barang yang diterima, barang-barang yang berhasil dijual dan barang-barang yang masih dalam persediaan serta mengadakan penyelesaian keuangan.

b. Hak-hak

a. Konsinyasi berhak untuk mendapatkan komisi dan pengantian biaya yang dikeluarkan untuk menjual barang-barang titipan tersebut, sesuai dengan jumlah yang diatur dalam perjanjian diantara kedua pihak. Komisi dan biaya-biaya yang mendapatkan pergantian biasanya dikurangkan langsung dari hasil penjualan sebelum penyelesaian keuangan dengan konsinyor dilaksanakan.

b. Dalam batas-batas tertentu biasanya kepada konsinyi diberikan hak untuk memberikan jaminan (garansi) terhadap kualitas barang yang dijualnya.

c. Untuk menjamin pemasaran barang yang bersangkutan konsinyi berhak memberikan syarat-syarat pembayaran kepada langganan seperti yang berlaku pada umumnya untuk barang-barang yang sejenis, meskipun konsinyor dapat mengadakan pembatasan-pembatasan yang harus dinyatakan di dalam perjanjian.

## 2.11 Objek Penelitian

PT Cipta Niaga Semesta (Mayora Group) Cabang Lampung Utara adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang distributor Nasional produk Fast Moving Consumer Goods (FMCG) dengan berbagai produk terkenal di Indonesia seperti (Torabika, Kopiko, dan lainnya produksi Mayora).

PT. Mayora Indah Tbk. (Perseroan) didirikan pada tahun 1977 dengan pabrik pertama berlokasi di Tangerang. Menjadi perusahaan publik pada tahun 1990. Sesuai dengan Anggaran Dasarnya, kegiatan usaha Perseroan diantaranya adalah dalam bidang industri. .

PT Cipta Niaga Semesta didirikan sejak tahun 2012 yang memiliki kantor dan gudang distribusi di Padalarang Bandung Barat dengan luas tanah 3.312 m<sup>2</sup>, luas gudang 1.850 m<sup>2</sup>, dan luas kantor 250 m<sup>2</sup>. Tujuan di bentuknya PT Cipta Niaga Semesta yaitu untuk mendistribusikan produk-produk Mayora di modern dan tradisional market, selain itu PT Cipta Niaga Semesta akan menjadi distribusi tunggal agar harga di pasar menjadi seragam.