

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Prosedur

Menurut Machali (2009:91) mengatakan bahwa “Prosedur adalah perbuatan atau cara kerja dalam segala tindakan atau proses”.

Menurut Arifin dan Sumaryono (2006:20) mengatakan bahwa “Prosedur adalah suatu urutan klerikal yang melibatkan beberapa orang dalam bagian atau beberapa bagian (departemen yang saling terkait) yang dibuat untuk menjamin transaksi yang berulang-ulang terjadi ditangani secara seragam”.

Menurut Moekijat dalam Nuraida (2008:35) mengatakan bahwa “Prosedur adalah Metode-metode yang dibutuhkan untuk menangani aktivitas-aktivitas yang akan datang, untuk aktivitas untuk mencapai tujuan tertentu, dan pedoman untuk bertindak”.

Berdasarkan penjelasan diatas menurut beberapa para ahli maka dapat disimpulkan bahwa “Prosedur adalah suatu cara atau tindakan untuk mencapai suatu tujuan yang dilakukan secara urut atau teratur atau berulang-ulang”.

2.2. Invoice

2.2.1. Pengertian Invoice

Menurut Siswosoediro (2008a:91) mengatakan bahwa “*Invoice* adalah dokumen yang diterbitkan oleh penjual kepada pembeli yang mencantumkan tanggal pengeluaran *invoice*, tanggal pengiriman barang, uraian barang

(berat, ukuran), harga, biaya-biaya lain, jumlah total yang harus dibayar pembeli, syarat penyerahan barang dan syarat pembayaran”.

Menurut Himayati (2008:149) mengatakan bahwa “*Invoice* adalah fasilitas transaksi yang digunakan untuk mengimput dan menjurnal barang/jasa yang diterima oleh perusahaan berdasarkan atas *sales order* (SO) yang sudah diterima”.

Menurut Haryanto (2006:73) mengatakan bahwa “*Invoice* adalah suatu catatan yang menggambarkan barang-barang yang dikirim kepada pembeli beserta harga untuk meminta pembayaran atau hanya untuk menginformasikan tagihan apabila pembayaran akan dilakukan dengan dasar kredit”.

Menurut Mahmudi (2007:249) mengatakan “*Invoice* adalah proses pengiriman tagihan kepada pelanggan (*customer*). Dengan dikirimnya tagihan kepada pelanggan tersebut maka perusahaan akan mengakui adanya piutang kepada pelanggan yang bersangkutan”.

Menurut Sutedi (2014:30) mengatakan “*Invoice* adalah suatu dokumen penting dalam perdagangan sebab dengan data-data dalam *invoice* ini dapat diketahui berapa jumlah wesel yang akan ditarik, jumlah asuransi, dan penyelenggara segala macam bea masuk”.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa “*invoice* adalah suatu dokumen yang dibutuhkan di suatu perusahaan dagang/jasa untuk melakukan penagihan kepada customer dengan dokumen-dokumen tertentu yang dibutuhkan yang pembayarannya dilakukan secara tunai atau kredit”.

2.2.2. Jenis-jenis Invoice

Menurut Siswosoediro (2008b: 92) Jenis *invoice* menjadi 3 macam :

1. Proforma *invoice* yaitu dokumen perincian tentang keterangan barang-barang yang dijual dan harga dari barang-barang tersebut.
2. *Commercial invoice* yaitu dokumen perincian tentang keterangan barang-barang yang dijual dan harga dari barang-barang tersebut.
3. *Consular invoice* yaitu *invoice* yang dikeluarkan oleh instalasi resmi yakni kedutaan atau konsulat.

2.3. Administrasi

2.3.1. Pengertian Administrasi

Menurut Dewi (2011a:3) mengatakan bahwa “Administrasi adalah seluruh himpunan catatan-catatan mengenai perusahaan untuk keperluan pimpinan dan penyelenggaraan perusahaan”.

Menurut Thoha dalam Dewi (2011b:7) mengatakan bahwa “Administrasi adalah proses yang biasanya terdapat pada semua usaha kelompok baik usaha pemerintah atau swasta, sipil atau militer, baik secara besar-besaran ataupun kecil-kecilan”.

Menurut Liang Gie dalam Dewi (2011c:7) mengatakan bahwa “Administrasi adalah segenap proses penyelenggaraan setiap usaha kerjasama sekelompok orang untuk mencapai tujuan akhir yang telah ditentukan”.

Menurut Siagian (2011a:2) mengatakan bahwa “Administrasi adalah keseluruhan proses kerjasama antara dua orang manusia atau lebih yang

didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya”.

Berdasarkan penjelasan menurut para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa “Administrasi adalah proses penyelenggaraan dalam suatu perusahaan untuk mencapai suatu tujuan tertentu yang dilakukan antara dua orang atau lebih”.

2.3.2. Fungsi-Fungsi Administrasi

Menurut Siagian (2011b:83) dikalangan para sarjana belum terdapat satu konsensus bulat mengenai jumlah fungsi-fungsi administrasi. Konsensus yang telah dicapai ialah bahwa pada dasarnya keseluruhan fungsi administrasi itu dapat dibagi menjadi dua klasifikasi yaitu:

1. Fungsi Organik

Fungsi organik adalah semua fungsi yang mutlak harus dijalankan oleh administrasi. Ketidakmampuan untuk menjalankan fungsi-fungsi itu akan mengakibatkan lambat atau cepat matinya organisasi.

2. Fungsi Pelengkap

Fungsi pelengkap adalah semua fungsi yang meskipun tidak mutlak dijalankan oleh organisasi, sebaiknya dilaksanakan juga dengan baik karena pelaksanaan fungsi-fungsi itu akan meningkatkan efisiensi dalam pelaksanaan kegiatan, memperlancar usaha pencapaian tujuan dengan efisien, ekonomis dan efektif.

2.3.3. Unsur-Unsur Administrasi

Menurut Dewi (2011d:10) dalam kegiatan administrasi terdapat 8 unsur yang saling berkaitan untuk mencapai tujuan yang ditentukan sebelumnya, meliputi :

1. Organisasi

Kegiatan mengelompokkan dan menyusun kerangka kerja, jalinan hubungan kerjasama diantara para pekerja dalam satu wadah bagi segenap usaha mencapai tujuan tertentu.

2. Manajemen

Kegiatan yang berfungsi merencanakan, mengorganisasikan, membina, membimbing, mengerakkan dan mengawasi sekelompok orang, serta mengarahkan segenap fasilitas kerja agar tujuan usaha kerjasama yang telah ditentukan dapat tercapai dengan baik.

3. Komunikasi

Kegiatan menyampaikan berita, pemberian ide, dan gagasan dari seseorang kepada orang lain yang bersifat timbal balik antara pimpinan dengan pimpinan, pimpinan dengan bawahan, baik secara formal maupun nonformal mewujudkan usaha kerjasama.

4. Informasi

Kegiatan menghimpun, mencatat, mengolah, menggandakan, menyebarkan, dan menyimpan berbagai keterangan obyektif yang diperlukan dalam usaha kerjasama.

5. Personalia

Kegiatan mengatur dan mengurus penggunaan tenaga kerja yang diperlukan dalam usaha kerjasama.

6. Keuangan

Kegiatan mengatur dan mengolah penggunaan segi pembiayaan sekaligus pertanggungjawaban keuangan dalam usaha kerjasama.



7. Perbekalan

Kegiatan merencanakan, mengurus, dan mengatur penggunaan peralatan keperluan kerja dalam usaha kerjasama.

8. Humas

Kegiatan menciptakan hubungan dan dukungan yang baik dari lingkungan masyarakat sekitarnya terhadap usaha kerjasama perusahaan.

Menurut Siagian (2011c:3) tentang unsur-unsur administrasi memiliki bagian yang mutlak yaitu :

- a) Dua orang manusia atau lebih
- b) Tujuan
- c) Tugas yang hendak dilaksanakan, serta
- d) Sarana dan prasarana tertentu



2.3.4. Klasifikasi Ilmu Administrasi

Dalam mengambil keputusan dari berbagai kesamaan rumusan administrasi yang berasal dari berbagai sumber bacaan, hasil kerja tersebut. Menurut Westra (2009:3) administrasi diklasifikasikan menjadi dua jenis yaitu:

1. Administrasi sebagai tata usaha

Adalah serangkaian penataan kegiatan pencatatan yang secara tertulis dengan maksud untuk memperoleh keterangan-keterangan secara sistematis yang berhubungan dengan tata pencatatan, bahan-bahan keterangan fakta atau informasi yang diperlukan dalam usaha bersama sekelompok orang yang ingin mencapai tujuan bersama.

2. Administrasi sebagai proses atau kegiatan

Administrasi sebagai proses atau kegiatan adalah administrasi keseluruhan proses yang terdiri dari kegiatan-kegiatan dari pemikiran-pemikiran pengaturan mulai dari penentuan tujuan tersebut untuk mencapai tujuan tertentu.

2.3.5. Wujud kegiatan Administrasi

Menurut Sutarto (2006:209) administrasi merupakan rangkaian kegiatan yang wujudnya antara lain:

- a. Mempimpin
- b. Mengurus
- c. Mengelola
- d. Mengatur
- e. Mentertibkan
- f. Merapikan
- g. Merumuskan tujuan
- h. Menetapkan haluan
- i. Membuat kebijaksanaan
- j. Menganalisis kebijaksanaan
- k. Menilai kebijaksanaan
- l. Melaksanakan kebijaksanaan
- m. Menyusun struktur organisasi
- n. Membentuk satuan organisasi
- o. Menghapus satuan organisasi



- p. Menggabungkan beberapa satuan organisasi menjadi satu-satuan organisasi
- q. Memisahkan satuan organisasi dari satuan induknya
- r. Menetapkan jumlah jenjang
- s. Menentukan luas sempit rentangan control
- t. Memilih nomenklatur yang tepat sesuai bidang kegiatan satuan
- u. Merinci kegiatan satuan organisasi

2.4.Penjualan

2.4.1.Pengertian penjualan

Menurut Ariefiansyah (2010:26) mengatakan bahwa “Penjualan adalah aksi yang melibatkan interaksi antara konsumen dengan penjualan, baik itu secara langsung ataupun tidak langsung”.

Menurut Swastha (2014a:8) mengatakan bahwa “Penjualan adalah ilmu dan seni yang mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang/jasa yang ditawarkannya”.

Menurut Abdullah dan Tantri (2012:3) mengatakan bahwa “Penjualan adalah bagian dari promosi dan promosi adalah salah satu bagian dari keseluruhan system pemasaran”.

Berdasarkan menurut para ahli diatas maka dapat disimpulkan “Penjualan adalah suatu kegiatan transaksi jual beli antara dua orang atau lebih agar membeli barang yang dijualnya ataaau yang ditawarkan baik secara langsung maupun tidak langsung”.

2.4.2. Tahap-Tahap Penjualan

Menurut Swastha (2014b:121) salah satu aspek yang ada dalam penjualan adalah penjualan yang bertemu muka, dalam hal ini tahap-tahap yang perlu ditempuh oleh pihak penjual meliputi :

1. Persiapan sebelum penjualan
2. Penentuan lokasi pembeli potensial
3. Pendekatan pendahuluan
4. Pelaksanaan penjualan
5. Pelayanan purna jual

2.4.3. Jenis-Jenis Penjualan

Menurut Swastha (2014c:11) jenis-jenis penjualan dikelompokkan menjadi 5 (lima) antara lain :

1. *Trade Selling*

Trade selling dapat terjadi bilamana produsen dan pedagang besar mempersilakan pengecer untuk berusaha memperbaiki distributor produk-produk mereka. Hal ini melibatkan para penyalur dengan kegiatan promosi, peragaan, persediaan dan produksi baru. Jadi titik beratnya adalah pada penyaluran daripada penjualan ke pembeli akhir.

2. *Missionary Selling*

Dalam *missionary selling* penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang-barang dari penyalur perusahaan. Disini wiraniaga lebih cenderung pada penjualan untuk penyalur.

3. *Technical Selling*

Technical selling berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasehat kepada pembeli akhir dari barang dan jasanya. Dalam hal ini, tugas utama wiraniaga adalah mengidentifikasi dan menganalisis masalah-masalah yang dihadapi pembeli, serta menunjukkan bagaimana produk atau jasa yang ditawarkan dapat mengatasi masalah tersebut.

4. *New Business Selling*

New business selling berusaha membuka transaksi baru dengan merubah calon pembeli menjadi pembeli. Jenis penjualan ini sering dipakai oleh perusahaan asuransi.

5. *Responsive Selling*

Setiap tenaga penjualan diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli. Jenis penjualan seperti ini tidak akan menciptakan penjualan yang terlalu besar meskipun layanan yang baik dan hubungan pelanggan yang menyenangkan dapat menerus kepada pembeli ulang.



2.4.4. Tugas-Tugas Penjualan

Menurut Swastha (2014d:13) berdasarkan tugas penjualan yang dilakukan kita mengenal ada 4 (empat) macam wiraniaga yaitu:

1. *Merchandising salesman*

Merchandising salesman tidak hanya menjual saja, tetapi juga membantu penyalur dalam mempromosikan penjualan produknya

2. *Detail Man*

Ciri khusus dari *detail man* adalah tidak melakukan penjualan secara langsung.

3. *Sales Engineer*

Sales engineer adalah penjual yang juga dapat memberikan latihan atau demonstrasi secara teknis tentang barang-barang yang dijual. Biasanya barang-barang yang dijual berupa barang-barang industri, seperti instalasi, bahan mentah dan barang setengah jadi atau komponen-komponen.

4. *Pioner Product salesman*

Pioner product salesman mempunyai tugas pokok untuk membuka daerah baru atau segmen pasar yang baru bagi produk barunya. Dalam hal ini, perusahaan juga menentukan penyalurnya. Tugas penjualan ini disebut *new business selling*.

2.4.5. Tujuan Penjualan

Menurut Swastha (2014e:80), tujuan penjualan adalah sebagai berikut:

1. Berusaha mencapai volume penjualan
2. Berusaha mendapatkan laba tertentu
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Usaha untuk mencapai ketiga tujuan tersebut, tidak sepenuhnya hanyadilakukan oleh pelaksana penjualan atau pera ahli penjualan. Dalam hal ini perlu adanya kerjasama yang baik didalam perusahaan.

2.4.6. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kegiatan penjualan

Menurut Swastha (2014f : 129) faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan adalah sebagai berikut :

1. Kondisi dan kemampuan penjual
2. Kondisi pasar
3. Modal
4. Kondisi organisasi perusahaan
5. Faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan.

2.4.7. Pencatatan Transaksi Laporan Penjualan

Menurut Krisdiartiwi (2008a:5) mengatakan bahwa “Pencatatan transaksi adalah kegiatan mencatat setiap transaksi yang penting untuk dicatat adalah transaksi yang berhubungan dengan *petty cash*, pembelian tunai, penjualan tunai. Mencatat setiap transaksi yang terjadi sangat penting sebagai bahan untuk penyusunan laporan penjualan. Tanpa adanya catatan mengenai transaksi usaha, mustahil untuk membuat laporan penjualan. Tentunya setiap transaksi juga harus disertai dengan bukti, sebagai penguat bahwa kegiatan ekonomi benar-benar terjadi.

2.4.8. Faktor Utama Laporan Penjualan

Terdapat tiga faktor utama yang paling mempengaruhi dalam pembuatan laporan penjualan menurut Krisdiartiwi (2008b:5), adalah :

1. Mencatat

Yang berhubungan dengan pencatatan atau penulisan transaksi-transaksi dalam kejadian usaha.

2. Membukukan

Sebagai pencatatan transaksi dalam kejadian usaha secara sistematis dan kronologis. Penyusunan harus sistematis karena dipandu oleh sejumlah peraturan serta prinsip-prinsip akunting. Tuntutan penyusunan yang kronologis timbul karena pencatatan dilakukan menurut tanggal-tanggal dalam pelaksanaan transaksi usaha.

3. Mengklasifikasikan

Menggolongkan dan menyortir bagian-bagian komponen kedalam nama yang sesuai.

2.4.9. Komponen-Komponen Laporan Penjualan

Didalam laporan penjualan terdapat tujuh komponen, yaitu target penjualan *stock* barang, modal, pendapat, keuntungan, dan kerugian, yang merupakan gambaran dari transaksi keuangan yang menyebabkan perubahan dalam sumber keuangan.

Berikut akan dijelaskan komponen-komponen laporan penjualan menurut Krisdiartiwi (2008c:5) adalah :

1. Target Penjualan

Target penjualan adalah jumlah pendapatan usaha yang harus dicapai dalam satu bulan. Apabila dalam satu bulan target telah ditentukan maka karyawan usaha harus memaksimalkan penjualan barang dalam satu bulan agar memenuhi target penjualan yang diharapkan perusahaan.

2. Stock barang

Stock barang adalah jumlah yang berada dalam satu usaha yang digunakan untuk melakukan penjualan atau pembelian dengan tujuan untuk mencapai keuntungan sebanyak-banyaknya.

3. Modal

Modal adalah hak yang dimiliki oleh karyawan, modal sering disebut juga sebagai harta Pemilik. Investasi yang dilakukan oleh para pemilik suatu usaha sering sekali disebut sebagai transaksi modal.

4. Pendapatan

Pedapatan adalah arus masuk harta, penyelesaian utang atau keduanya. Selama satu periode tertentu yang disebabkan oleh penjualan barang yang diproduksi atau jasa yang diberikan kepada para pembeli atau pengguna jasa.

Ada dua macam pendapatan yaitu :

- a. Pendapatan yang timbul dari aktivitas menguntungkan yang sifatnya berulang-ulang atau berkelanjutan, misalnya penjualan barang secara terus-menerus.
- b. Pendapatan yang berasal dari transaksi paada suatu saat tertentu, misalnya penjualan barang yang paling mahal dalam usaha.

5. Keuntungan atau Kerugian

Keuntungan adalah pertambahan harta bersih yang berasal dari transaksi yang dilakukan perusahaan. Sedangkan kerugian adalah penurunan harta bersih yang timbul dari transaksi yang dilakukan. Ada beberapa perbedaan penting antara pendapatan dengan keuntungan, dan antara beban dan kerugian, yaitu :

- a. Pendapatan dan beban berhubungan dengan aktivitas utama karyawan toko, sementara keuntungan dan kerugian berhubungan dengan aktivitas yang tidak bisa terjadi.
 - b. Pendapatan dan beban arus masuk dan keluar kotor, sementara keuntungan dan kerugian menghasilkan arus masuk dan keluar bersih.
6. Laba bersih dan rugi bersih

Laba bersih atau rugi bersih menjelaskan adanya perubahan harta bersih selama satu periode, sebagai akibat dari transaksi yang mendatangkan pendapatan, beban, keuntungan, dan kerugian. Laba bersih dan rugi bersih meliputi seluruh perubahan dalam harta selama satu periode, kecuali investasi dan pendistribusian hasil kepada pemilik. Perubahan lain dalam harta bersih, laba bersih, atau rugi bersih ditentukan oleh pendapatan, beban, keuntungan dan kerugian.

