

# Skripsi

*by* Qiflainy Shalsa Imelda Dian

---

**Submission date:** 04-Apr-2023 07:46PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2055594771

**File name:** Qiflainy\_Shalsa\_Desita\_M\_192010300050\_Skripsi\_baru\_3.pdf (354.33K)

**Word count:** 5662

**Character count:** 38082



---

**SISTEM PENJUALAN TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN MOTOR  
(STUDI PADA PT. HONDA SIDOARJO)**

**SALES SYSTEM ON INCREASING MOTOR SALES  
(STUDY AT PT. HONDA SIDOARJO)**

Qiflainy Shalsa Desita M.  
Nim : 192010300050  
Imelda Dian Rahmawati  
NIDN : 0701017404

**SKRIPSI**

**15**  
**Program Studi Akuntansi**  
**Fakultas Bisnis, Hukum & Ilmu Sosial**  
**Universitas Muhammadiyah Sidoarjo**  
**Maret, 2023**

## DAFTAR PUSTAKA

<b>HALAMAN JUDUL SKRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
Kerangka Konseptual .....	3
Hipotesis .....	3
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>5</b>
Populasi Dan Sampel .....	7
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>8</b>
<b>SIMPULAN .....</b>	<b>13</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASI .....</b>	<b>14</b>
<b>DAFTAR PUSAKA .....</b>	<b>15</b>

## **SISTEM PENJUALAN TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN MOTOR (STUDI PADA PT. DEALER HONDA SIDOARJO)**

**Qiflainy Shalsa Desita Muttaqin dan Imelda Dian R**

Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis Hukum, dan Ilmu Sosial

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Email : shalsacacaa@gmail.com

Email : Imeldadian@umsida.ac.id

### **ABSTRACT**

*The cash and credit trade accounting program will be computerized in managing and using computers as a means of recording financial information accurately, effectively and efficiently so that it will be easy to retrieve administrative data that is useful for management in providing simplicity for periodic financial reporting to consumers inside or outside the company. Because in the past two years, the automotive industry has not been doing well since the Covid-19 virus, which has caused sales to drop dramatically. Therefore, a person's unstable income causes a decline in the trade sector. As a result, the only policy that can be taken by a PT Dealer. Honda Sidoarjo to increase sales is by providing easy credit methods to buy Honda motorcycles. The sample used was purposive sampling with the selection of marketing, finance and branch managers with a total sample of 83 staff from 16 branches of Honda dealers in Sidoarjo. The results obtained by Cash Sales and Credit Sales have a significant effect and simultaneously affect the Increase in Motorcycle Sales.*

**Keywords : Cash sales system, credit sales system, increase in motorcycle sales**

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi dimasa industry bisa menyaksikan sejumlah barang yang diciptakan. Misalnya dengan transportasi, darat, laut dan udara. Sehingga bentuk transportasi didarat yaitu kendaraan bermotor yang tak kalah penting pada ekonomi yang memberi peluang besar. Hal tersebut menjelaskan jika keperluan public mengenai kendaraan bermotor akan selalu berkembang. Sejalan dengan perkembangan keperluan kendaraan bermotor, sudah berdampak banyak diperusahaan dalam melakukan penyaluran motor dikawasan itu. Tujuan utama setiap bisnis adalah untuk memaksimalkan keuntungan. Jumlah produk yang dijual dapat berpengaruh pada management perusahaannya. Tiap perusahaan diharuskan dalam menjaga dan memaksimalkan jumlah penjualan, variabel yang mendominasi pengaruh perdagangan yaitu produksi [1]. Organisasi tak mampu berkembang jika tak dapat memperjualkan barang yang diciptakan, namun apabila organisasi dapat menambah penjualannya maka organisasi itu dapat selalu berkembang pada kompetisi dunia bisnis. Suatu perusahaan memerlukan rancangan kendali internal dengan baik, dan pimpinan perusahaan mampu melaksanakan pengendalian intern diperusahaan yang dikelolanya dengan bantuan sistem dan prosedur kegiatan yang telah disusun, ditentukan, atau dirancang. diperlukan untuk meringankan pekerjaan [2], seringkali timbul kesalahpahaman mengenai perdagangan. Hal tersebut dianggap memiliki kesamaan terhadap promosi, padahal promosi memiliki aktivitas luas.

Sementara perdagangan hanya menjadi aktivitas saat memasarkan. Mengingat ada banyak organisasi yang bergerak disektor produksi kendaraan bermotor, maka jelas bahwa organisasi akan mendapat tantangan pada saat berpromosi. Perusahaan harus pandai dalam merancang strategi efektif dalam melakukan pemasaran. Rancangan akuntansi perdagangan cash akan menjadi hal terpenting disektor usaha sebab akan memberi data dengan khusus dimulai atas aliran produk hingga bertransaksi. Hal tersebut dilakukan dengan menggunakan pendokumentasian, pencatatan, serta potensi seseorang dengan kerumitan. Rumitnya bertransaksi menjadikan penghasilan dan kualitas kerja perusahaan akan menjadi turun. Dalam menanggulangi masalah itu, seseorang akan membentuk computer yang menjadi sarana pembantunya [3]. Program akuntansi perdagangan tunai akan dikomputerisasi dalam mengelola dan memakai computer menjadi sarana dalam mencatatkan informasi keuangan dengan akurasi, efektif, serta efisien sehingga akan mudah dalam mengambil data administrasi yang bermanfaat untuk management dalam memberi kesederhanaan pelaporan keuangan periodiknya dalam konsumen didalam atau diluar perusahaan.

Karena pada dua tahun belakang ini industri otomotif terbilang kurang baik sejak adanya virus covid-19 yang membuat penjualan menurun drastis. Maka dari itu, penghasilan seseorang yang tidak stabil menjadikan menurunnya sektor perdagangan [4] Akibatnya, satu-satunya kebijakan yang dapat diambil oleh Dealer PT. Honda Sidoarjo untuk meningkatkan penjualan adalah dengan memberikan

kemudahan metode credit untuk membelisepeda motor Honda. Seiring berjalannya waktu, kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa semakin besar. Perdagangan credit tak akan menciptakan pendapatan kas, namun menciptakan sebuah piutang, sebab organisasi menetapkan perdagangan credit [5]. kebutuhan akan mobil mengakibatkan pengeluaran karena kendaraan roda dua juga berfungsi sebagai roda transportasi untuk rekreasi, bisnis, dan berbagai kebutuhan manusia lainnya [6].

Berikut data penjualan tunai dan kredit motor dealer Honda Tirta Agung 1 Sidoarjo dari tahun 2019-2021 sebagai berikut :

Tabel 1 data penjualan tunai dan kredit motor dealer Honda Tirta Agung 1 Sidoarjo 2019-2021

Tahun	Unit
2019	2,090
2020	1,112
2021	1,842

Berdasarkan tabel diatas data penjualan pada PT. Dealer Honda Tirta Agung 1 Sidoarjo dapat disimpulkan bahwa penjualan tunai dan kredit mengalami penurunan pada peningkatan penjualan motor, karena pada tahun 2020-2021 ini industri otomotif terbilang kurang baik sejak adanya virus covid-19 sehingga mengakibatkan peningkatan penjualan motor pada dealer Honda Sidoarjo menurun. Perusahaan perlu selalu melakukan pengembangan strategi dalam memasarkan sebab perkembangan usaha yang kian meningkat guna menarik konsumen [7]. Kunci kesuksesan dalam bersaing yang adanya inovasi diperusahaan. Sebab inovasi akan menjadi suatu sumber perkembangan perusahaan. Pembaruan produk adalah sebuah hal terpenting yang diandalkan pemsar ketika memasarkan produknya. Pembaruan dapat menambah nilai produk, serta membentuk produk terbaru yang mampu memberi penyelesaian atas masalah yang didapat oleh pelanggan [8].

Munculnya berbagai merek kendaraan roda dua merupakan hasil dari kemajuan teknologi dan peluangsosial. Masyarakat dapat memanfaatkan situasi ini dalam memutuskan membeli kendaraan bermotor. Namun public pun tak selektif saat memutuskan kendaraannya agar dapat memuaskan dan memenuhi kebutuhan konsumen, karena transportasi yaitu suatu keperluan terpenting untuk seseorang [9]. Sebab adanya saranaan transprotasi motor yang dianggap irit, menghemat, serta cepat sampai ditempat tujuannya daripada menggunakan mobil. Aturan credittersebut berdasar dalam masalah yang seringkali dihadapkan pada pembeli yakni sebelum menjalankan lising yang memiliki uang muka besar maupun tidak dijangkau konsumen, serta tak seluruh konsumen dapat membeli kendaraan bermotor dengan kontan, perlu terdapat penjaminan saat membayar dengan credit. Dengan kata lain perusahaan leasing atau pihak ketiga yang membayarkan terhadap dealer, serta konsumen pembelinya akan menjalankan angsuran terhadap leasing maupun melaksanakan credit leasing.

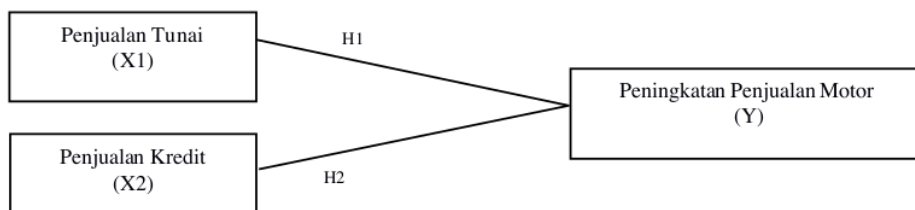
Dealer memiliki kepentingan dalam perdagangan, serta untuk leasing atau pihak ketiga memiliki kepentingan kepada bunga, yang akan memberi imbalan uang muka supaya menambah keinginan publik ataukonsumen dalam melakukan pembelian. Supaya perusahaan juga mendapatkan laba yang telah diinginkan tersebut. Dan untuk memperoleh atau ingin membeli sepeda motor dari PT. Honda pelanggan maupun masyarakat dapat bebas memutuskan kendaraan bermotor sesuai keinginan dan juga menyesuaikan potensi atas penghasilan para konsumen atau masyarakat, dan juga jangka waktu cicilan yang nantinya juga diinginkan sebera lamanya konsumen ingin mengambil cicilan,karena jika kedua belah pihak antara pembeli dan penjual sudah setuju maka penjual akan melepas tanggung jawab dan akan dialihkan kepada perusahaan leasing atau pada pihak ketiga yang akan menangani masalah perkreditan dengan para konsumen atau para pembeli tersebut.

Sementara itu, penelitian terdahulu yang berjudul faktor yang berpengaruh pada perdagangan sepedamotor Honda pada CV. surya kuasing telukkuantan Oleh [10], UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru , dapat disimpulkan bahwa factor-faktor yang mempengaruhi perdagangan sepeda motor Honda adalah dalam berpromosi, melayani, serta pemasaran. Hal tersebut menjelaskan jika ketiga variabelnya akan memengaruhi dengan significant pada perdagangan motor Honda. Analisis system perdagangan motor dikantor CV. MitraAngkasa JayaUtama (maju) dikabupaten gowa Oleh [11], Universitas Muhammadiyah Makassar, Dapat Disimpulkan bahwa dengan adanya aplikasi system penjualan kredit untuk pengolahan transaksi credit dan membayar angsurannya pada pelanggan yang mudah dijalankan.

Beberapa peneliti terdahulu lainnya mengenai analisis system data akuntansi perdagangan untuk memaksimalkan pengelolaan internal dalam dealer agungmotor nganjuk [12], Universitas Nusantera PGRI Kediri, dapat disimpulkan bahwa implementasi pengelolaan internal dalam dealer tersebut telah berlangsung secara maksimal yang disaksikan berdasarkan faktor kendali didalam Dealer AgungMotor, rancangan otorisasi, serta proses mencatat dalam praktek sehat. System perdagangan credit pada sepeda motor di PT. Astra Internasional tbk – hso Yogyakarta Oleh [13], Universitas Teknologi Yogyakarta, Dapat Disimpulkan bahwa rancangan dalam PT Astra International Tbk – HSO Yogyakarta telah maksimal sebab ada dokumen pendukungnya, membagi penugasan dengan jelas, serta organisasi telah menjalankan pengelolaan internal dalam pengamanan harta diperusahaan berdasarkan praktik kecurangan, menambah kemaksimalan dalam aktivitas operasi perusahaannya.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dikemukakan mengenai keputusan pembelian menggunakan pembelian cash dan kredit. Disatu sisi, persepsi pelanggan berpengaruh kepada keputusan pembelian menggunakan pembelian cash dan kredit, tetapi disisi lain didapatkan bahwa keputusan pembelian menggunakan pembelian cash dan kredit berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Dari hasil yang berbeda pada riset sebelumnya menjelaskan ketidaksamaan hasilnya, yang menjadikan ada *research gap*. Adanya *research gap* maupun peristiwa itu menjadilkan penulis ingin melakukan riset untuk mengetahui seberapa besar penjualan cash dan kredit pada dealer Honda di Sidoarjo terhadap keputusan pembelian. Kemudian penulis rangkum kedalam sebuah judul yaitu “Pengaruh Sistem Penjualan Terhadap Peningkatan Penjualan Sepeda Motor di Sidoarjo Pada PT. Honda”.

Berdasarkan berbagai penjelasan dan hubungan antar variabel serta tujuan penelitian untuk menguji hipotesis, yakni :



H1 : Adanya penjualan tunai yang berpengaruh terhadap peningkatan penjualan motor.

H2 : Adanya penjualan kredit yang berpengaruh terhadap peningkatan penjualan motor.

## **Penjualan**

Teori *Word of Mouth Communication* (WOM) yaitu sebuah tahap berkomunikasi yang berbentuk saran yang baik kepada seseorang atau kelompok untuk membeli sebuah barang maupun jasa guna memberi pesan personal sehingga bisa dipakai perusahaan dalam meraih tujuan pemasarannya. Adanya penjualan teknologi, menjadikan pembeli tak langsung mendatangi penjual namun mereka dapat melakukan pembelian berdasarkan website perdagangan online. Begitu pula dengan penjualan kendaraan bermotor yang saat ini telah menjual secara expand dengan media online dimana proses bisnis dalam menjual online akan memberi banyak keuntungan untuk konsumen. Tahap berkomunikasi pada seseorang dilakukan lewat mulut kemulut [ 1 4 ] sebab seseorang tiap

harinya akan berbincang terhadap orang lain, bertukar pikir, bertukar informasi, memberi komentar, serta tahap berkomunikasi lain yang memberi wawasan pelanggan atas sejumlah merek barang karena terdapat komunikasi tersebut. Berdasarkan [15] penjualan yaitu: "tahap dalam bertukar produk terhadap sebuah penilaian yang akan menciptakan pendapatan besar dalam menjual dan memberi kebijakan untuk pembelinya." Berdasarkan pendapat

[16] Penjualan yaitu "Sebuah aktivitas pertemuan penjual dengan konsumen saat bertransaksi, saling berpengaruh, serta memberi pertimbangan dalam bertukar produk maupun layanan terhadap keuangan." Dari definisi penjualan yang sudah dijelaskan, maka penjualan yaitu sebuah penghasilan perusahaan atas aktivitas pertemuan penjual dengan konsumen dalam bertukar produk dengan menjual produknya dalam mencukupi keperluan diperusahaan dan dalam meraih keuntungan credit atau tunai menyesuaikan kesepakatan secara sah.

Terdapat sejumlah pendapat tentang definisi perdagangan yang dijelaskan sejumlah peneliti yang beda namun memiliki kesamaan. Perbedaannya dikarenakan mereka akan mendukung perdagangan berdasarkan sisi yang tidak sama. Berdasarkan pendapat [17] penjualan yaitu sebuah aktivitas yang tersusun atas perdagangan produk maupun layanan dengan credit atau tunai. Berdasarkan pendapat [18] penjualan yaitu sebuah tahap yang mana penjualnya akan memberi kepastian dan aktivasi pemuasan keperluan pembelinya dengan berkelanjutan yang memberi keuntungan dalam dua pihaknya untuk mendukung perkembangan diperusahaan. Penjualan menjadi hal terpenting saat melakukan pemasaran sebagai tulang punggung aktivitas dalam meraih pemasaran yang ditujunya.

## **Penjualan Tunai**

Menurut [19] menjelaskan jika: "penjualan tunai yaitu sistem yang dijalankan perusahaan dengan mengharuskan pembelinya untuk membayar lebih dulu sebelum produk yang diberikan perusahaan terhadap pembelinya." Berdasarkan [20] meyakini jika: "penjualan tunai yaitu menjual dengan mengambilkan produk perusahaan secara langsung yang akan dikirimkan kepada pembeli dengan membayar langsung memakai dana tunai." Dalam definisi penjualan tunai yang sudah dijelaskan maka bisa ditarik kesimpulan jika perdagangan tunai pada produk akan mengharuskan pelanggan dalam membayarkan langsung dibagian kasir sesudah memutuskan produk yang diinginkan dan harus terdapat tahap dalam mencatat piutang diperusahaan.

## **Penjualan kredit**

Berdasarkan [19] menjelaskan jika: "penjualan credit yaitu pinjaman yang diberikan terhadap pelanggan yang diharap bisa di kembalikan pelanggan pada masa mendatang." Berdasarkan [21] menjelaskan jika "Penjualan credit yaitu penjualan yang terealisasi dengan munculnya penagihan terhadap konsumen". Menurut definisi penjualan credit yang sudah dijelaskan, bisa ditarik kesimpulan jika penjualan credit yaitu perdagangan produk dengan mengirim produk menyesuaikan permintaan yang menjadikan suatu piutang. Sedangkan menurut, [22] pada buku dengan judul Sistem Informasi Akuntansi "Sistem yaitu sekumpulan atas subsistem secara fisik maupun nonfisik yang berkaitan satu dengan lainnya serta Kerjasama dengan keharmonisan dalam meraih tujuannya". Hadirnya [23] yakni "Penjualan credit yaitu transaksi diperusahaan terhadap konsumen dalam penyerahan produk maupun layanan yang berdampak pada piutang, kasaktiva". Berdasarkan [17] penjualan credit yaitu perdagangan credit yang dilakukan organisasi dengan mengirimkan produk menyesuaikan permintaan yang didapat atas konsumen sertadalam sebuah masa diperusahaan memiliki penagihan terhadap pembelinya. Sehingga bisa ditarik kesimpulan jika sistem perdagangan credit yaitu serangkaian aktivitas yang mengendalikan pemberian produk terhadap konsumen dengan pembayaran yang dilaksanakan dimasa yang akan datang menyesuaikan kesepakatannya.

### Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Riset dari [24] pada praktik perdagangan memiliki sejumlah faktor yang memiliki pengaruh diperusahaannya hingga pada tahap perdagangan produk akan bergantung kepada potensi perusahaannya dalam mengenadilkan organisasi. Karena transaksi jual beli dengan komersial berdasarkan produk maupun layanan secara umum akan mengikut sertakan dua pihak, yakni produsen yang menjadi pihak ke satu, serta konsumen menjadi pihak keduanya. Di sini produsen perlu memberi keyakinan terhadap pembeli supaya sesuai pada target penjualannya yang diinginkan. Masalah-masalah ini menjadi perhatian konsumen saat akan membeli. Manager harus meninjau total dan karakter penjualan yang digunakan. Adanya tenaga penjualan yang efektif maka dapat terhindar atas kecenderungan kekecewaan terhadap pembeli. Pasar menjadi golongan konsumen maupun objek perdagangan, bisa menjadi pengaruh aktivitas penjualan. Modal menjadi seluruh asset yang ada dineraca sebagai penghasilan tiapmasa, tri wulan, bulan, minggu, serta perhari berdasarkan seseorang. Karena akan susah untuk pedagang dalam menjualkan produknya jika produk yang diperjualkan tidak dikenali konsumen maupun jika tempat konsumen jauh atas lokasi penjualannya. Pada kondisi ini, penjual perlu mengenalkan dahulu maupun membawa produk ditempat pembelinya. Dalam menjalankan maksudnya, dibutuhkan infrastruktur dan upaya, misalnya: transportasi, peraga, berpromosi, dsb.

Diperusahaan besar, umumnya perdagagn tersebut diatas bagiannya sendiri yaitu pada seseorang yang ahli menjual. Tidak sama diperusahaan kecil yang mana permasalahan perdagangan akan diatasi seseorang yang menjalankan fungsi lainnya. Persoalan tersebut dikarenakan total pekerja yang sedikit, kesederhanaan organisasi, permasalahan yang dihadapkan, dan aktivitas yang dimiliki tak kompleks diperusahaan besar, umumnya permasalahan perdagangan diatasi pemimpin dan tak di berikan terhadap oranglain. Berikut hal-hal lainnya yaitu: iklan, peragaan, berkampanye, memberi hadiah akan berpengaruh pada perdagangan. Tetapi dalam pelaksanaannya, diperlukan uang yang besar. Untuk organisasi yang modalnya besar, aktivitas tersebut dengan rutin bisa terlaksana. Sementara diperusahaan kecil dengan dana yang sedikit, akitivitas tersebut jarang dijalankan. Terdapat pebisnis yang memegang dalam sebuah rancangan “yang terpenting menciptakan produk baik” tak dilakukan, sehingga konsumen diharap akan melakukan pembelian kembali. Tetapi sebelum membeli, seringkali konsumen perlu diberi rangsangan, seperti dengan memberi umpan dengan berpromosi. Dalam menanggulangi kemacetan credit diperusahaan yang akan menyelamatkan sehingga tak akan menjadi rugi. Hal tersebut dilaksanakan dengan memberi keringanan yang berjangka panjang khususnya untuk konsumen yang kena musibah, serta menyita untuk konsumen yang lalai dalam pembayarannya.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini berjenis descriptive kuantitatif. Berdasarkan [25], pendekatan descriptive kuantitatif yaitu sebuah modal pada riset mengenai seseorang, obyek, keadaan pemikiran, atau kejadian saat ini. Model tersebut dilakukan sebab dalam riset ini memiliki tujuan dalam menemukan pengelolaan penjualan dalam menambah profit yang ada pada Dealer Honda di Sidoarjo. Variable independent yakni Sistem penjualan tunai (X1) dan system penjualan kredit (X2). Dan untuk variable dependent yakni peningkatan penjualan sepeda motor (Y).

Untuk memperoleh data yang akurat pada riset tersebut, penulis memakai beberapa tehnik dalam mengumpulkan data, yaitu angket. Angket yaitu data yang dikumpulkan dengan memberikan pernjajian berupa pertanyaan tertulis terhadap respondens dalam menjawab.

Variable	Definisi	Indikator	Skala
Peningkatan Penjualan motor (Y)	Target penjualan atau peningkatan perdagangan yaitu total produkmaupun layanan yang wajib terjual dan sudah diterapkan sebelumnya disuatu perusahaan. Sementara berdasarkan [26] peningkatan perdagangan yaitu total perdagangan yang diraih dalam sebuah penjualan disuatu masa.	1. Produksi 2. Pemasaran 3. Nilai 4. Lokasi	Likert



System penjualan Tunai (X1)	Pada saat bertransaksi penjualan tunai, produk maupun ayanan akan diberikan organisasi terhadap pembelinya apabila mendapat kas konsumen. Berdasarkan [27] perdagangan tunai yaitu penghasilan dalam menjual, misalnya dalam penghasilan layanan, dicatatkan saat ada.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fungsi Perdagangan saat bertransaksi tunai</li> <li>2. Tanggungjawab dalam mendapat order konsumen</li> <li>3. Faktur perdagangan tunai</li> </ol>	Likert
System Penjualan Kredit (X2)	Pada saat bertransaksi penjualan credit apabila order konsumen sudah terpenuhi dengan mengirim produk maupun menyerahkan layanan yang berjangkawaktu diperusahaan dengan piutang pelanggan. Berdasarkan [27] definisi pedagang credit yaitu perjanjian lisan konsumen dalam membayarkan produk maupun layanan yang diperjualkan, bisa di tagih sesuai akad atau perjanjian yang telah disetujui di awal dan merupakan piutang dari pelunasan kredit.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Standar credit</li> <li>2. Persyaratan bayar</li> <li>3. Plaform credit</li> <li>4. Peningkatan penjualan</li> <li>5. Rutinitas pembayaran konsumen</li> <li>6. Kebijakan pengumpulan piutang</li> </ol>	Likert

Sumber : Diringkas oleh peneliti

### **Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi yaitu kawasan penggeneralisasian yang tersusun dari obyek maupun subyek yang berkualitas juga berkarakteristik menyesuaikan penulis dalam mempelajari dan menyimpulkan [28]. Terdapat populasi dalam riset tersebut yaitu staf Dealer PT. Honda Sidoarjo yang tersebar di 16 cabang dengan jumlah populasi 240 orang. Sampel yaitu unit atas total dan karakter populasinya. Teknik pengukuran atau pengumpulan ini menggunakan metode kuesioner dengan memakai gform kepada staf Dealer Honda Sidoarjo. Pada riset tersebut sampel diambil memakai Purposive sampling yang menjadi tehnik pengambilan data dengan pertimbangan yakni staf *marketing*, keuangan dan *branch manager*.

Standar data dalam tiap item variable didapat atas tanggapan responden saat mengisi angket. Pengukurannya dilaksanakan dengan likert scale pada skor 1 - 4, yakni:

- (1) SS dinilai 4
- (2) S dinilai 3
- (3) TS dinilai 2
- (4) STS dinilai 1

Skala likert terpilih menjadi alternatif respon dalam pengukuran perilaku saat memberikan skor nilai. Keputusan skor ini memiliki tujuan agar terhindar dari perilaku netral dari responden. Lalu datanya akan dilakukan pengolahan menggunakan pengujian statistic, yakni pengujian statistic deskriptif, pengujian reliabilitas, pengujian validitas, pengujian regresi linier sederhana serta pengujian hipotesis yang tersusun atas pengujian statistic *t*, pengujian statistik *F*, dan uji determinasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis menyebarkan angket terhadap 240 responden. Data yang Kembali dan digunakan untuk analisis data yakni 83 kuesioner. Peneliti melakukan pengujian menggunakan IBM SPSS 26, berdasarkan data tersebut peneliti mendapatkan hasil pengujian sebagai berikut :

### Uji Analisis Deskriptif

Hasil analisa data dekriptif yaitu:

18  
Tabel 2  
Uji Analisis Deskriptif

Variabel	N	Minimal	Maksimal	Rata-rata	Std. Deviasi
TotalX1	83	25	32	30.60	1.465
TotalX2	83	34	40	38.23	1.908
totally	83	39	48	45.99	1.825
Valid N (listwise)	83				

Sumber : Pengolahan Data, 2023

Dari table 2 menjelaskan bahwa total respondens (n) yaitu 83 respondens. Skor menjelaskan bahwa respon minimal dan maksimal menunjukkan respon terbanyak. Peningkatan Penjualan Motor (Y) minimal yaitu 39, maksimal yaitu 48, rata-rata sejumlah 45.99 terhadap std. deviasi 1.825. Sistem Penjualan Tunai mempunyai nilai minimum 25, maksimum adalah 32, mean sebesar 30.60 dengan standar 1.465. Sistem Penjualan Kredit mempunyai nilai minimum 34, maksimum adalah 40, mean sebesar 38.23 dengan standar 1.908.

### Uji Validitas

Pengujian validity akan menemukan instrument yang dipakai dalam menemukan data primer pada riset bisa dipakai dalam melakukan pengurutan hal yang perlu di ukur. Riset tersebut akan memakai pengujian validity atas instrument Sistem Penjualan Tunai yang mana total pernyataan dalam total variable X1 yaitu 8 pernyataan, total pernyataan Sistem Penjualan Kredit menjadi variable X2 yaitu 10 pernyataan, serta total pernyataan dalam Peningkatan Penjualan Motor menjadi variable Y yaitu 12 pernyataan. Berdasarkan data kuesioner yang diperoleh berikutnya peneliti melakukan pengujian kualitas data berupa uji validitas data. Hasilnya semua instrument dan konstruk penelitian dinyatakan valid sebagai berikut :

Tabel 3  
Uji Validitas Sistem Penjualan Tunai

r terhitung	r table	keterangan
0,594	0.2172	Valid
0,455	0.2172	Valid
0,582	0.2172	Valid
0,330	0.2172	Valid
0,479	0.2172	Valid
0,280	0.2172	Valid
0,454	0.2172	Valid
0,639	0.2172	Valid

Sumber : Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel 3 instrument variable Sistem Penjualan Tunai menjelaskan jika seluruh items pernyataan dikatakan valid. Dikatakan terhadap skor r hitung < r table.

Tabel 4  
Uji Validitas Sistem Penjualan Kredit

r hitung	r tabel	ketetapan
0,537	0.2172	Valid
0,403	0.2172	Valid
0,603	0.2172	Valid
0,278	0.2172	Valid
0,614	0.2172	Valid
0,510	0.2172	Valid
0,526	0.2172	Valid
0,618	0.2172	Valid
0,429	0.2172	Valid
0,454	0.2172	Valid

Sumber : Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel 4 instrument variable Sistem Penjualan Kredit menjelaskan jika seluruh items penjelasan dikatakan valid. Dikatakan terhadap skor r hitung < r table.

Tabel 5  
Uji Validitas Peningkatan Penjualan Motor

r hitung	r tabel	ketetapan
0,391	0.2172	Valid
0,304	0.2172	Valid
0,384	0.2172	Valid
0,459	0.2172	Valid
0,401	0.2172	Valid
0,350	0.2172	Valid
0,464	0.2172	Valid
0,330	0.2172	Valid
0,291	0.2172	Valid
0,334	0.2172	Valid
0,545	0.2172	Valid
0,467	0.2172	Valid

Sumber : Pengolahan Data, 2023

Dari tabel 5 instrument variable Peningkatan Penjualan Motor menjelaskan jika seluruh items dikatakan valid. Dikatakan terhadap skor hitung < r table.

#### Uji Reabilitas

Pengujian tersebut dilaksanakn dalam memperoleh ketepatan sarana dalam mengumpulkan data yang dipakai. Reliabilitas akan berfokus kepada sebuah definisi jika sebuah instrument akan dipercaya dalam menjadi sarana untuk mengumpulkan data, sebab instrument ini telah baik. Syarat pengujian reabilitu dapat menggunakan rumus alpha yaitu jika r terhitung > r table, maka sarana pengukuran itu reliable, begitupun sebaliknya.

26 Tabel 6  
Uji Reabilitas

Variabel	r hitung	r tabel	keterangan
Sistem Penjualan Tunai	0,516	0,60	Reliable
Sistem Penjualan Kredit	0,657	0,60	Reliable
Peningkatan Penjualan Motor	0,502	0,60	Reliable

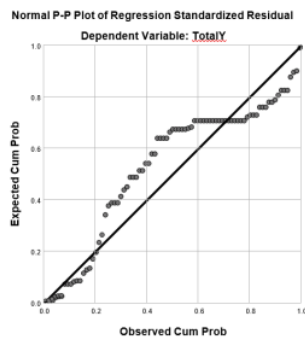
Sumber : Pengolahan Data, 2023

Dari table 6 menjelaskan jika ke tiga variable penelitian tersebut dikatakan reliable jika sarana pengukuran pada riset tersebut ialah sarana yang tepat dan bisa dipercaya.

#### Uji Akumsi Klasik

Pengujian uji asumsi klasik memakai sistem IBM SPSS 26 didapat hasil yaitu:

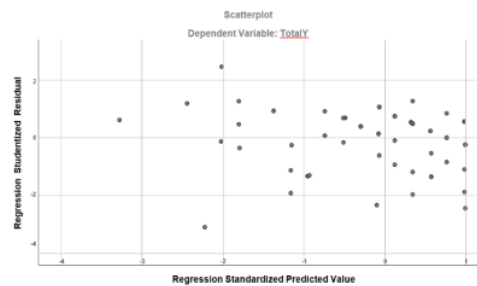
Table 7  
Grafik P-Plot



Sumber : Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel 7 Grafik P-Plot diatas, dapat diketahui bahwa residual distribusi normal yang dimanatik-titik yang dekat dengan garis diagonal, berarti data terdistribusi normal.

Tabel 8  
Uji Heterokedastisitas



Sumber : Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel 8 menjelaskan residu akan tersebar dengan acak, tak sesuai polanya, sehingga bisa dijelaskan jika memiliki kesamaan ragam yang. Hal tersebut menjelaskan jika Homoskedastisitas tercukupi.

Tabel 9  
Uji Multikolinieritas

Variable	Tolerances	VIF	Keterangan
Sistem Penjualan Tunai	0,279	3,579	Tak Timbul Multikolinieritas
Sistem Penjualan Kredit	0,279	3,579	Tak Timbul Multikolinieritas
Dependent Variabel : Peningkatan Penjualan Motor			

Sumber : Pengolahan Data, 2023

Dari table 9 dipahami jika pengujian Multikolinieritas bisa dibuktikan dengan menyaksikan skor *Tolerances* dan VIF untuk variable Sistem Penjualan Tunai (X1) sebesar 3,579 ( $3,579 > 10$ ), variable Sistem Penjualan Kredit sebesar 3,579 ( $3,579 > 10$ ), sehingga dalam penelitian ini, bebas dari multikolinieritas.

### Uji Hipotesis

Tabel 10  
Uji Kofisien Determinan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimates
1	.757 <sup>a</sup>	.572	.562	1.208

a. Predictor: (Konstanta), TotalX2, TotalX1

b. Variable Dependen: TotalY

Sumber : PengolahanData, 2023

Dari table 10 out put SPSS dalam mengujia kofisien determinasi dengan bersamaan menjelaskan skor R<sup>2</sup> sejumlah 0,572 artinya 57,2% Peningkatan Penjualan Motor (Y) bisa dipaparkan dalam System Penjualan Tunai (X1) dan System Penjualan Kredit (X2). Sementara residunya sejumlah 42,8% dipaparkan variable lainnya yang tak diujikan pada riset tersebut.

Tabel 11  
Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.534	2.850		5.801	.000
	TotalX1	.581	.172	.467	3.373	.001
	TotalX2	.305	.132	.319	2.308	.024

a. Dependent Variable: Total Y

Sumber : PengolahanData, 2023

Dari table 12, bisa dilihat bahwa variable system penjualan tunai bernilai koefisien regresi yakni sejumlah 0,001 memiliki nilai positive dan bernilai t-terhitung sejumlah  $3,373 > 1,990$  dan bernilai significant sejumlah  $0,001 > 0,05$  berarti system penjualan tunai memiliki pengaruh significant pada peningkatan penjualan motor dan untuk variable system penjualan kredit memiliki nilai koefisien 0,024 bernilai positif dan bernilai t-terhitung sebesar  $2,308 > 1,990$  terhadap tingkat skor sign sebesar  $0,024 > 0,05$  artinya system penjualan kredit berpengaruh terhadap peningkatan penjualan motor.

## Pembahasan

### Sistem Penjualan Tunai berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan Motor

Dari hasil uji statistic diatas menjelaskan jika variable system penjualan tunai memiliki pengaruh positive dan signifikan dalam peningkatan penjualan motor di perusahaan Dealer Honda Sidoarjo. Uji hipotesis terhadap  $t$  terhitung  $> t$  table yakni  $3,373 > 1,990$  serta skor sign dalam sistem penjualan tunai  $< 5\%$  yang menjelaskan jika makin besar penjualan tunai maka kecenderungan pada peningkatan penjualan motor juga akan meningkat. Riset tersebut selaras dalam hasil riset yang dilaksanakan [19] menjelaskan jika penjualan tunai akan memiliki pengaruh positive dan signifikan pada keuntungan bisnis industry bengkel las diana dipalopo. Penelitian yang dilakukan oleh [29] mengatakan bahwa hasil penjualan tunai secara simultan berpengaruh terhadap peningkatan penjualan motor pada perusahaan Dealer Honda Sidoarjo. Penelitian yang dilakukan oleh [30] menjelaskan jika dengan simultan system penjualan tunai memiliki pengaruh pada keahlian dalam mengendalikan kas. Penelitian ini menunjukkan bahwa penjualan tunai pada tahun 2019 lebih kecil dari penjualan kredit yaitu sebesar  $628 < 1,462$  dengan nilai rata-rata yaitu  $30\% < 70\%$ , begitupun pada tahun 2020 penjualan tunai juga lebih kecil dari penjualan kredit yaitu sebesar  $478 < 634$  dengan nilai rata-rata yaitu  $43\% < 57\%$  dan pada tahun 2021 penjualan tunai juga lebih kecil dari penjualan kredit yaitu sebesar  $567 < 1,275$  dengan nilai rata-rata yaitu  $31\% < 69\%$ . Walaupun tidak terlalu besar penjualan tunai berpengaruh positif signifikan. [31][32]

### Sistem Penjualan Kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan Motor

Dari hasil uji statistic diatas menjelaskan jika variable system penjualan credit memiliki pengaruh positive dan signifikan pada peningkatan penjualan motor di perusahaan Dealer Honda Sidoarjo. Uji hipotesis terhadap  $t$  terhitung  $> t$  table yakni  $2,308 > 1,990$  serta skor sign dalam system penjualan kredit  $< 0,05$  yang menunjukkan skor koefisien regresi positive menjelaskan jika makin besar penjualan kredit, kemungkinan pada peningkatan penjualan motor juga akan meningkat. Riset tersebut selaras dengan hasil riset yang dilaksanakan [19] menjelaskan jika penjualan kredit memiliki pengaruh positive dan significant pada keuntungan usaha dalam bengkel las diana dipalopo. Penelitian yang dilakukan oleh [29] mengatakan bahwa hasil penjualan kredit secara simultan berpengaruh terhadap peningkatan penjualan motor pada perusahaan Dealer Honda Sidoarjo. Penelitian yang dilakukan oleh [30] menjelaskan jika dengan simultan system penjualan credit memiliki pengaruh yang kemampuan mengendalikan piutang. Penelitian ini menunjukkan bahwa penjualan kredit pada tahun 2019 lebih besar dari penjualan tunai yaitu sebesar  $1,462 > 628$  dengan nilai rata-rata yaitu  $70\% > 30\%$ , begitupun pada tahun 2020 penjualan kredit juga lebih besar dari penjualan tunai yaitu sebesar  $634 > 478$  dengan nilai rata-rata yaitu  $57\% > 43\%$  dan pada tahun 2021 penjualan kredit juga lebih besar dari penjualan tunai yaitu sebesar  $1,275 > 567$  dengan nilai rata-rata yaitu  $69\% > 31\%$ . Karena penjualan kredit memiliki potongan harga dan strategi promosi yang menarik daripada penjualan tunai. [31][32]

## SIMPULAN

Dari hasil analisa dan bahasan mengenai penjuwantunai dan penjuwankredit dalam peningkatan penjualan motor diperusahaan dalam PT. Dealer Honda Sidoarjo, sehingga diakhir riset tersebut bisa disimpulkan yaitu:

1. Penjualan tunai memiliki pengaruh positive signifikan pada peningkatan penjualan motor di PT. Dealer Honda Sidoarjo. Hal tersebut karena terdapat pertambahan laba perusahaan terhadap penjuwantunai. Hasil tersebut ada pertambahan laba meskipun tak begitu besar.
2. Penjualan credit memiliki pengaruh positif signifikan pada peningkatan penjualan motor di PT. Dealer Honda Sidoarjo. Hal tersebut karena rancangan dan pemasaran yang kian bertambah dalam menarik konsumen.
3. Hasil pengujian F menjelaskan jika skor F terhitung 53,545 terhadap skor sign yakni 0,000 melebihi 0,05 pernyataan tersebut menunjukkan jika Penjuwantunai dan penjuwankredit dengan bersamaan memiliki pengaruh positive dan signifikan pada peningkatan penjualan motor di PT. Dealer Honda Sidoarjo sehingga hipotesisnya diterima. Penjelasan tersebut karena jika penjuwantunai dan penjualan kredit akan menambah penjualan maka perusahaannya akan berlangsung secara efektif.

Dari hasil bahasan dan simpulan yang sudah dijelaskan di atas maka bisa dituliskan sejumlah saran yang diharap mampu dijadikan masukan yang bermanfaat untuk pihak yang berkaitan yaitu:

1. Bagi perusahaan diharap bisa melihat taraf perkembangan penjualan maupun volume penjualan dengan tunai agar penjualan tunai dapat makin maju layaknya volume dalam penjualan credit walaupun dengan tunai.
2. Bagi penelitian berikutnya diharap dapat mendapat riset yang baik, riset berikutnya diharapkan mampu memperpanjang masa riset agar riset dapat significant.



## UACAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillahirobbil'alamin. Segala puji syukur kepada Allah SWT sang pencipta semesta alah yang telah memberikan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi tepat waktu. Penulis sangat menyadari bahwa penelitian dan penulisan ini masih jauh dari sempurna. Hal ini tidak lain disebabkan karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Dan shalawat sera salam tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kepada kedua orangtua tercinta, Ayahanda Aqif Muttaqin dan Ibunda Endang Sri Wahyuni yang telah mencurahkan kasih sayangnya, telah bekerja keras untuk saya, doa yang tak pernah putus untuk saya, dan selalu membimbing dalam setiap langkah, selalu memberi semangat bagi saya.
2. Kepada keluarga besar kakak Leni, mas Wildan, kakak Rizka, mas Wahyu, cacak Depi, adek Nova yang telah memberikan dukungan dan doa.
3. Kepada Ibu Imelda Dian Rahmawati SE. M.Ak., CA selaku Dosen Pembimbing terima kasih telah sabar meluangkan waktunya untuk memberi ilmu dengan membimbing skripsi saya.
4. Kepada Dimas Rachmadhani yang telah menjadi sosok rumah serta menemani dan menjadi support system penulis pada hari yang tidak mudah selama proses penyelesaian skripsi, terimakasih telah mendengarkan keluh kesah dan berkontribusi banyak dalam dukungan, semangat, tenaga, pikiran, maupun bantuan dalam penulisan skripsi ini.
5. Kepada Rafika Putri F telah membantu dan mendengarkan keluh kesah saya.
6. Kepada Bapak Dr. Hidayatulloh, M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
7. Kepada Ibu Poppy Febriana S.SOS. MED.KOM selaku Dekan Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial.
8. Kepada Bapak Wiwit Hariyanto SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial yang telah mengesahkan secara resmi judul penelitian ini dan telah memberikan izin resmi kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini berjalan dengan lancar.
9. Kepada sahabat dan teman – teman yang tidak dapat saya ucapkan satu persatu terimakasih telah bersama – sama dalam suka maupun duka untuk meraih gelar sarjana dan mendengarkan curhatan serta memberikan dukungan selama menjalankan skripsi dan memberikan motivasi, hiburan, canda tawa dalam sehari – hari.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Kritik dan saran dari rekan – rekan sangat membantu untuk perbaikan dimasa mendatang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pebisnis maupun masyarakat dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi pada penelitian selanjutnya.

## Daftar Pustaka

- [6] D. Marsudi, A. Mufti, and M. Lestari, "Perancangan Sistem Aplikasi Penjualan Sparepart pada Toko Kim Jaya Motor," *J. Ris. dan Apl. Mhs. Inform.*, vol. 1, no. 03, pp. 376–383, 2020, doi: 10.30998/jrami.v1i03.382.
- [2] Nurfitriyenni and I. Ekonomi, "JUSIE," vol. III, no. April, pp. 193–202, 2019.
- [3] Teguh Wahyono, *Sistem Informasi*. Yogyakarta. Salemba Empat., 2015.
- [4] J. Jasiswa, "EKONOMIS: Jurnal of Economics and Business Vol.2 No.1 Maret 2018," vol. 2, no. 1, pp. 13–28, 2018.
- [5] E. Paramita, "Analisis Penyebab Piutang Tak Tertagih dan Dampaknya Terhadap Profitabilitas Perusahaan pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk Unit Corn Dryer Gowa," *Journal of Financial and Accounting Department*, 2019, [Online]. Available: <http://repository.stienobel-indonesia.ac.id/handle/123456789/133>
- [6] N. A. Handoyono and S. Purnomo, "Identifikasi Kebutuhan Pembelajaran Praktik Servis Sepeda Motor dengan Konsep Teaching Factory," *WACANA Akad. Maj. Ilm. Kependidikan*, vol. 4, no. 2, p. 106, 2020, doi: 10.30738/wa.v4i2.7730.
- [7] Effriena Brillianty and Anton P.W. Nomleni, "Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Scarlett," *J. Ris. Manaj. dan Akunt.*, vol. 2, no. 1, pp. 72–77, 2022, doi: 10.55606/jurima.v2i1.153.
- [8] G. S. Harly and D. Octavia, "The Impact of Endorsement Fashion Blogger Towards Purchase Intention on Local Brand (2013 - 2014)," *J. Manaj. Indones.*, vol. 14, no. 2, pp. 140–152, 2014.
- [9] R. F. Lupiko and H. D. Waloejo, "Pengaruh Variasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Supra X 125," *J. Adm. Bisnis*, vol. 7, no. 1, p. 38, 2018, doi: 10.14710/jab.v7i1.22608.
- [10] A. Saputra, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan Sepeda Motor Honda Pada Cv. Surya Kuansing Teluk Kuantan," 2018, [Online]. Available: <http://repository.uin-suska.ac.id/7754/>
- [11] Hasriani, "Analisis Sistem Penjualan Kendaraan Bermotor Pada Kantor Cv. Mitra Angkasa Jaya Utama (Maju) Kabupaten Gowa," 2018.
- [12] D. Nurdiwati, "Meningkatkan Pengendalian Internal Pada Dealer Agung Motor Nganjuk Oleh : Evilia Rahma Dianti Dibimbing Oleh : 2 . Mar ' Atus Solikah , M . AkProgram Studi Fakultas Surat Pernyataan Artikel Skripsi Tahun 2018," 2018.
- [13] Rizky Puspita Sari, *Sistem Penjualan Kredit Kendaraan Bermotor Roda Dua Pada Pt Astra International Tbk – Hso Yogyakarta*. 2017.
- [14] Kotler Dan Armstrong, *Sistem Informasi Akuntansi Pemasaran*. 2012.
- [15] Uci Fitriani, "Pengaruh Sistem Penjualan Kredit Di Pt. Surya Putra Sumatera Raya Ii Pasir Putih Pasir Pengaraian Terhadap Penarikan Sepeda Motor Yamaha. Pengaruh Sistem Penjualan Kredit Di Pt. Surya Putra Sumatera Raya Ii Pasir Putih Pasir Pengaraian Terhadap Penarikan," 2016.
- [16] Anggraeni, "Pengaruh Penjualan Tunai, Penjualan Kredit Dan Penetapan Harga Terhadap Laba Penjualan Produk Pipa Set Hd Inverter 1 Pk Pada Pt. Sumber Mandiri Cabang Kenjeran Surabaya," 2019, [Online]. Available: <Http://Repository.Untag-Sby.Ac.Id/Id/Eprint/316>
- [17] Mulyadi, *Sistem Akuntansi Penjualan Kredit*. 2008.
- [18] Mardi.W, *Dampak Prosedur Penjualan Kredit*. 2004.
- [19] Muhani & Sumiati, "Pengaruh Penjualan Tunai Terhadap Penjualan Kredit Terhadap Laba Pada Industri Bengkel Las Diana Di Palopo," 2016, doi: <http://dx.doi.org/10.35906/jep01.v1i2.113>.
- [20] A. Mujahidah, Faridah, and Thanwain, "Analisis Sistem Informasi Penjualan Pada Pt Hadji Kalla (Toyota) Cabang Pinrang," *Akuntansi*, vol. 4, no. 007, pp. 88–100, 2016.
- [21] I. Gunawan and A. Purnama, "Analisis Dampak Penjualan Kredit Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Di Kota Serang," *Prog. J. Pendidikan, Akunt. dan Keuang.*, vol. 2, no. 2, pp. 93–107, 2019, doi: 10.47080/progress.v2i2.569.
- [22] Susanto Azhar, *Sistem Informasi Akuntansi*. 2008.
- [23] Soemarso, *Dampak Prosedur Penjualan Kredit*. 2009.

- [24] Swastha Basu, *Manajemen Penjualan. Ibnu Sukadjo: Yogyakarta.* 2005.
- [25] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* alfabeta, 2017.
- [26] swastha sutopo, *Akuntansi Penjualan.* Jakarta, 2012.
- [27] K. dan K. Weygandt, *Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Tunai dan Kredit. Edisi Tiga.* Yogyakarta, 2013.
- [28] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Bandung: CV. ALVABETA.* CV. ALVABETA, 2009.
- [29] A. Sitorus, Maria Christina & Kuriawan, “Pengaruh Penjualan Tunai Dan Penjualan Kredit Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pada PD Gloria Bandung,” *J. Financ.*, vol. 2, no. 1, pp. 13–23, 2021, [Online]. Available: <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/financia/article/view/409>
- [30] C. Nisa and A. Suherman, “Piutang Pada Pt Sinar Sosro Kantor Penjualan ( Kp ) Sukabumi,” *Semin. Nas. Akunt. Iii Univ. Pamulang*, pp. 384–391, 2020.
- [31] D. Universitas, M. Palopo, M. Universitas, M. Palopo, and P. Kredit, “Kredit Terhadap Profitabilitas Pada Pt . Astra International Tbk . - Honda Sales Operation,” 2016.
- [32] Susi Rachmawati, “Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Terhadap Efektivitas,” Vol. 14, No. 2, Pp.128–135, 2008. [Online]. Available: [https://www.academia.edu/27848137/Pengaruh\\_Sistem\\_Informasi\\_Akuntansi\\_Penjualan\\_Terhadap\\_Efektivitas\\_Pengendalian\\_Piutang\\_Pada\\_Pt\\_Permata\\_Finance\\_Samarinda](https://www.academia.edu/27848137/Pengaruh_Sistem_Informasi_Akuntansi_Penjualan_Terhadap_Efektivitas_Pengendalian_Piutang_Pada_Pt_Permata_Finance_Samarinda)

# Skripsi

---

## ORIGINALITY REPORT

---

24%

SIMILARITY INDEX

23%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

---

## PRIMARY SOURCES

---

1	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Internet Source	5%
2	Submitted to Central Dauphin High School Student Paper	3%
3	<a href="http://repository.unipasby.ac.id">repository.unipasby.ac.id</a> Internet Source	2%
4	<a href="http://repository.radenintan.ac.id">repository.radenintan.ac.id</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://ojs2.pnb.ac.id">ojs2.pnb.ac.id</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://repositor.umm.ac.id">repositor.umm.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://ojs.unud.ac.id">ojs.unud.ac.id</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://ejurnal.politeknikpratama.ac.id">ejurnal.politeknikpratama.ac.id</a> Internet Source	1%
9	<a href="http://eprints.uty.ac.id">eprints.uty.ac.id</a> Internet Source	1%

---

10	<a href="http://jims.umsida.ac.id">jims.umsida.ac.id</a> Internet Source	1 %
11	<a href="http://repository.unej.ac.id">repository.unej.ac.id</a> Internet Source	1 %
12	<a href="http://digilib.uinkhas.ac.id">digilib.uinkhas.ac.id</a> Internet Source	1 %
13	<a href="http://jurnal.ustjogja.ac.id">jurnal.ustjogja.ac.id</a> Internet Source	<1 %
14	<a href="http://media.neliti.com">media.neliti.com</a> Internet Source	<1 %
15	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Internet Source	<1 %
16	Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia II Student Paper	<1 %
17	<a href="http://etd.iain-padangsidimpuan.ac.id">etd.iain-padangsidimpuan.ac.id</a> Internet Source	<1 %
18	<a href="http://owner.polgan.ac.id">owner.polgan.ac.id</a> Internet Source	<1 %
19	<a href="http://digilib.uinsby.ac.id">digilib.uinsby.ac.id</a> Internet Source	<1 %
20	Ahmad Mulyadi. "Pengaruh Kompetensi dan Profesionalisme Dosen Akuntansi Terhadap	<1 %

# Tingkat Pemahaman Mahasiswa Akuntansi", Journal of Accounting Science, 2019

Publication

---

21	<a href="http://ejurnal.ars.ac.id">ejurnal.ars.ac.id</a> Internet Source	<1 %
22	<a href="http://repository.uinjkt.ac.id">repository.uinjkt.ac.id</a> Internet Source	<1 %
23	<a href="http://repository.untag-sby.ac.id">repository.untag-sby.ac.id</a> Internet Source	<1 %
24	<a href="http://eprints.umsida.ac.id">eprints.umsida.ac.id</a> Internet Source	<1 %
25	<a href="http://www.jurnal.stmik-aub.ac.id">www.jurnal.stmik-aub.ac.id</a> Internet Source	<1 %
26	<a href="http://eprints.uny.ac.id">eprints.uny.ac.id</a> Internet Source	<1 %
27	<a href="http://repository.unika.ac.id">repository.unika.ac.id</a> Internet Source	<1 %
28	Alfian Affandy Hadinata, Dewi Andriani. "The Influence of Internal Communication, Awards, Organizational Culture, On the Performance of Employees in Production at PT. Wijaya Karya Beton Gempol, Pasuruan Regency", Indonesian Journal of Law and Economics Review, 2020 Publication	<1 %

---

---

Exclude quotes      On

Exclude matches      < 7 words

Exclude bibliography      On