

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Aplikasi Point of Sales

Aplikasi *Point of Sales* (POS) yang kerap disebut juga dengan istilah aplikasi kasir, merupakan program *software* pendukung terjadinya transaksi langsung dengan penjual. Hal ini banyak ditemui terutama pada bisnis di bidang ritel dengan banyak cabang. Selain itu, POS juga bisa diartikan sebagai gabungan antara *cash register* (mesin kasir) dengan *check out counter* (meja kasir). Dimana titik tersebut merupakan proses akhir dari transaksi penjualan atas sebuah barang atau produk [5].

Aplikasi POS bisa ditemukan pada mesin kasir berbasis PC, tablet dan juga *handphone*. Sistem atau aplikasi ini hadir untuk membantu meningkatkan efisiensi kerja para pelaku usaha dalam mengelola penjualan produk pada pelanggan. Hal ini menjadi jawaban atas pertumbuhan bidang usaha ritel yang kian berkembang dan tidak lagi mampu *dihandle* dengan kasir konvensional. Baik berupa kalkulator manual maupun *software* yang belum terintegrasi.

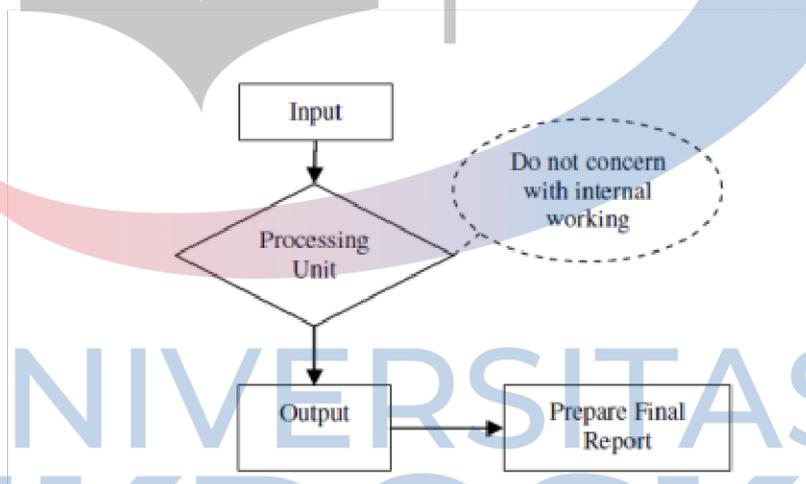
Tidak hanya mengelola transaksi penjualan atau keuangan saja, bahkan aplikasi ini juga didukung fitur manajemen inventaris untuk mengutamakan akurasi data. Hadirnya aplikasi ini, memungkinkan pengelolaan dan pengembangan usaha dengan lebih mudah. Sebab jika mesin kasir konvensional fokus pada pencatatan transaksi harian, aplikasi ini justru fokus pada akurasi data, kelengkapan laporan, serta kecepatan [6].

Manfaat aplikasi *Point of sales* (POS) secara umum yaitu:

1. Memberikan informasi data secara terperinci atas setiap transaksi yang terjadi di seluruh cabang, dimana sebelumnya sudah di konfigurasi
2. Memberikan ringkasan laporan dalam setiap kurun waktu tertentu, yang bisa dijadikan sumber data ketika dibutuhkan kembali
3. Mengawasi dan mengelola stok produk secara otomatis, sehingga minim risiko kecurangan baik oleh pihak intern maupun pihak luar
4. Memberikan laporan secara *real time*
5. Pengelolaan dan perubahan harga produk lebih cepat dan mudah. Bahkan dapat secara otomatis terhubung dengan seluruh cabang yang ada
6. Proses transaksi dengan konsumen jadi lebih praktis, mudah dan cepat

2.2. Black Box Testing

Pengujian dimaksudkan untuk menunjukkan bahwa suatu program melakukan apa yang dimaksudkan untuk dilakukan dan untuk menemukan cacat program sebelum digunakan [7]. Dua pendekatan dasar untuk software testing adalah *black box testing* dan *white box testing*. *White box testing* didasarkan pada analisis kerja internal dan struktur perangkat lunak. Ini hanya memeriksa bagaimana sistem memproses input untuk menghasilkan output yang diperlukan. Di sisi lain *black box testing* berfokus pada persyaratan fungsional perangkat lunak. *Black box testing* adalah bagian integral dari pengujian kebenaran tetapi idenya tidak terbatas pada pengujian kebenaran saja [8]. Pengujian *black-box* terjadi sepanjang siklus hidup pengembangan perangkat lunak dan siklus hidup pengujian perangkat lunak yaitu dalam *regression testing*, *acceptance testing*, *unit testing*, *integration testing* dan *system testing*. Jenis-jenis pengujian dalam teknik ini benar benar fokus pada pengujian fungsionalitas aplikasi perangkat lunak [8].



Gambar 2. 1 *Black Box Testing* [8]

Gambar 2.1 menunjukkan langkah-langkah yang menjelaskan proses kerja pengujian *black-box*, dengan penjelasan sebagai berikut [8]:

1. Input: Persyaratan dan spesifikasi fungsional sistem diperiksa. Dokumen desain tingkat tinggi dan kode sumber blok aplikasi juga diperiksa. Penguji memilih input yang valid dan menolak input yang tidak valid.
2. Processing unit: Dalam unit pemrosesan, penguji membuat kasus uji dengan input yang dipilih dan menjalankannya. Penguji juga melakukan *load testing*, *stress testing*, *security review* dan *globalization testing*. Jika ada kecacatan yang terdeteksi, maka harus segera diperbaiki dan diujikan kembali.

3. Output: Setelah pengujian-pengujian di atas sudah selesai, penguji mendapatkan keluaran yang diharapkan dan mempersiapkan laporan terakhir.

Dalam pengujian *black-box* atau pengujian fungsional, kondisi pengujian dikembangkan berdasarkan fungsionalitas program atau sistem. Artinya penguji memerlukan informasi tentang data input dan output yang diamati, tetapi tidak harus mengetahui cara kerja dari program atau sistem tersebut [7].

Berikut adalah beberapa jenis model pengujian *black-box*:

1. *Boundary value testing*

Teknik *boundary value testing* merupakan pengujian *black-box* yang berfokus pada batas-batas kesetaraan kelas input dan output. Kesalahan-kesalahan cenderung berada pada batas-batas tersebut, sehingga jika pengujian berfokus pada area ini akan meningkatkan peluang untuk mendeteksi kesalahan yang ada [7].

2. *Use-case testing*

Pengujian use-case digunakan untuk mengetahui persyaratan dari perangkat lunak. Spesifikasi use-case merupakan dokumen-dokumen yang dipersiapkan untuk mengetahui persyaratan yang lebih detail. Pengujian use-case biasanya digunakan untuk mengetahui persyaratan-persyaratan dalam metodologi desain dan analisis object-oriented. Spesifikasi usecase berisi informasi-informasi yang ditunjukkan pada Tabel 2.1 [9].

Tabel 2.1 *Use Case Testing*

| | | | |
|------------------------------|---------------|---------------------|--|
| Nama Skenario: | | No ID: | |
| Deskripsi Pendek: | | | |
| Trigger : | | | |
| Input Utama | | Output Utama | |
| Deskripsi | Sumber | Deskripsi | Tujuan |
| | | | |
| Langkah-langkah Utama | | | Informasi untuk Langkah-langkah |
| | | | |

Untuk setiap fitur yang akan diuji, masing-masing fitur membutuhkan satu tabel test case.

3. Comparison testing

Comparison testing digunakan untuk memverifikasi kinerja perangkat lunak dan variannya yang berbeda di bawah konfigurasi perangkat keras dan perangkat lunak yang berbeda. Dalam beberapa aplikasi, keandalan dari aplikasi itu sangat penting dan membuat kebutuhan aplikasi tersebut semakin meningkat sehingga perlu dilakukan *comparison testing* [10].

4. Performance testing

Untuk sistem apapun, *performance testing* sangatlah penting. Tujuan dari *performance testing* yaitu untuk memeriksa apakah sistem mampu untuk mencapai standar dari spesifikasi kebutuhan dari segi performa [10].

2.3. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data di mana percakapan langsung dan mendalam antara pewawancara dan responden berlangsung. Itu dilakukan dengan tujuan seperti survei, penelitian, dan sejenisnya, di mana kedua pihak berpartisipasi dalam interaksi satu lawan satu. Di bawah metode ini, rangsangan lisan-verbal disajikan dan dijawab dengan cara tanggapan lisan-verbal.

Wawancara terbagi menjadi 3 [11], yaitu:

1. Wawancara informal, wawancara bergantung pada spontanitasnya dalam mengajukan pertanyaan kepada terwawancara.
2. Wawancara petunjuk umum, wawancara yang menggunakan kerangka dan garis besar yang ditanyakan secara berurutan.
3. Wawancara baku terbuka, wawancara dengan urutan pertanyaan kata-kata dan cara penyajian yang sama untuk setiap responden.

Teknik wawancara mengandung sejumlah keuntungan. Salah satunya adalah memungkinkan *interviewee* untuk memberikan respon yang tepat terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Hal tersebut dikarenakan *interviewee* memiliki kesempatan bertanya kepada *interviewer* jika tidak memahami maksud dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Selain itu, *interviewer* juga memiliki kesempatan untuk menjelaskan maksud pertanyaan pertanyaan yang diajukan kepada *interviewee*. Keuntungan lain dari penggunaan teknik wawancara adalah untuk menghindari terjadinya salah paham antara *interviewer* dengan *interviewee* [11].

2.4. Kuesioner

Kuesioner mengacu pada instrumen penelitian, di mana serangkaian pertanyaan, diketik atau dicetak bersama dengan pilihan jawaban, diharapkan akan ditandai oleh responden, digunakan untuk survei atau studi statistik. Ini terdiri dari serangkaian pertanyaan formal, dalam urutan tertentu pada formulir, yang dikirimkan kepada responden atau dikirimkan secara manual kepada mereka untuk mendapatkan jawaban.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila seseorang tahu variabel yang akan diukur dan apa yang diharapkan dari responden. Oleh karena itu, instrumen kuesioner tersebut harus dapat digunakan untuk mendapatkan data valid dan reliabel tentang variabel yang diukur [12].

Jenis-jenis pertanyaan pada kuesioner dibagi menjadi 2 [13], yaitu:

1. Pertanyaan Terbuka, pertanyaan yang memberi pilihan-pilihan respons terbuka kepada responden.
2. Pertanyaan Tertutup, pertanyaan yang membatasi atau menutup pilihan-pilihan respons yang tersedia bagi responden.

Dalam penyusunan kuesioner diperlukan data kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif lebih mudah diukur, yang meliputi data kontinum dan data diskrit. Data kontinum meliputi data dengan skala ordinal, skala interval dan skala rasio, sedangkan data dengan skala nominal merupakan contoh data diskrit. Data kualitatif yang dominan pada penelitian sosial akan lebih mudah dianalisis apabila data tersebut dikuantifikasi lebih dulu, artinya dikuantitatifkan lebih dulu. Salah satu cara kuantifikasi variabel sosial adalah dengan menggunakan skala Likert [14].

Variabel kuantitatif lebih mudah diukur misalnya suhu badan manusia atau volume suatu barang. Lebih sulit untuk mengukur variabel-variabel sosial, misalkan apabila ingin mengetahui motivasi karyawan, loyalitas pegawai, kinerja karyawan dan variabel sosial lainnya. Untuk mengukur variabel kinerja karyawan gunakan instrumen kuesioner untuk mengukur kinerja karyawan, dan apabila ingin mengukur variabel produktivitas karyawan gunakan instrumen kuesioner yang benar-benar mengukur produktivitas karyawan [14].

2.5. Penjualan

Penjualan adalah suatu usaha untuk memenuhi pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba [15]. Penjualan merupakan

sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan maka akan memperoleh laba. Laba digunakan untuk mengembangkan usaha dan mempertahankan usaha.

Tujuan dari penjualan antara lain [16]:

1. Meningkatkan Volume Penjualan

Setiap perusahaan pasti memiliki tujuan penjualan yang ingin dicapai. Jumlah penjualan perusahaan tentunya diharapkan bisa bertambah setiap bulan atau tahunnya untuk membantu meningkatkan performa usaha.

2. Mendapatkan Laba

Tujuan utama penjualan adalah mendapatkan laba atau keuntungan dari produk yang dijual. Dengan pengelolaan yang baik, perusahaan atau usaha akan mendapatkan laba yang besar dan mendapatkan pelanggan tetap.

3. Menunjang Pertumbuhan Perusahaan

Jika perusahaan mencapai target penjualan yang ditetapkan, tentunya usaha akan cepat berkembang dan mencerminkan ukuran perusahaan. Hal ini juga dibantu dengan peningkatan kinerja dari perusahaan sebagai distributor dalam menjamin kualitas barang yang dijual.

Faktor yang mempengaruhi penjualan [16]:

1. Kondisi dan kemampuan pasar, penjual harus dapat meyakinkan pembeli agar berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan untuk maksud tertentu, penjual harus memahami masalah penting.
2. Modal kerja perusahaan mampu untuk mencapai target penjualan yang dianggarkan.
3. Kondisi organisasi perusahaan pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ditangani oleh bagian penjualan. Lain halnya dengan perusahaan kecil, dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain.

2.6. Pembelian

Pembelian perusahaan sebagai proses pengambilan keputusan dimana melalui proses ini perusahaan formal menetapkan apakah mereka perlu membeli produk barang atau jasa, dan mengidentifikasi, mengevaluasi serta memilih antara merek dan produk yang ada. Pembelian organisasi termasuk pembelian yang kompleks karena melibatkan banyak pihak.

Untuk mencapai pembelian yang efektif terlebih dahulu perlu diketahui tujuan pembelian tersebut. Tujuan pembelian memiliki kepentingan yang mungkin akan bertentangan dengan tujuan lainnya, namun pengambilan keputusan dalam pembelian harus dapat

mempertimbangkan hal-hal tersebut dalam pengambilan keputusannya, termasuk pertimbangan atas *cost – benefit* [17].

Ciri ciri pembelian perusahaan [17]:

1. Frekuensi pembelian lebih sedikit, tetapi jumlah pembelian besar
2. Hubungan pelanggan dan pemasok erat

Ada tujuh peranan yang dapat dilakukan perusahaan dalam kaitannya dengan keputusan pembelian, yaitu [18]:

1. *Initiator*, yaitu pengguna atau orang lain dalam organisasi yang menginginkan sesuatu untuk di beli,
2. *User*, yaitu pengguna yang akan menggunakan produk atau jasa.
3. *Influencer*, orang yang mempengaruhi keputusan pembelian, seringkali membantu mendefinisikan spesifikasi dan memberikan informasi untuk mengevaluasi alternatif.
4. *Decider*, yaitu orang yang menentukan persyaratan produk atau supplier
5. *Approvers*, yaitu orang yang memiliki kuasa mengusulkan menjadi pemutus atau pembeli.
6. *Buyer*, yaitu orang yang memiliki wewenang formal untuk memilih supplier dan mengatur persyaratan pembelian.
7. *Gatekeepers*, yaitu orang yang memiliki kekuatan untuk mencegah penjual atau informasi mencapai anggota pusat pembelian.

2.7. Biaya

Konsep biaya merupakan nilai tukar, pengeluaran , atau pengorbanan yang dilakukan untuk mendapatkan manfaat adalah definisi akuntan. Istilah biaya akan lebih spesifik jika digabungkan dengan suatu petunjuk tertentu, seperti biaya langsung, biaya konversi, biaya variabel, biaya tetap, biaya tak langsung, biaya terkendali, biaya bersama, estimasi biaya, biaya standar, dan lain sebagainya. Biaya tersebut akan dicatat dan diakumulasikan pada saat manajemen melakukan pembebanan biaya ke dalam persediaan, penyusunan laporan keuangan, merencanakan dan mengendalikan biaya, menetapkan pilihan dari beberapa alternatif, evaluasi kinerja, membuat rencana dan memilih keputusan strategis [19].

Dengan beragamnya kebutuhan dalam menemukan, merencanakan dan mengendalikan biaya, memunculkan konsep dari objek biaya yang merupakan suatu ide dari bidang akuntansi. Akuntansi biaya bersifat multidimensional. Karena adanya keberagaman kebutuhan dari desain sistem akuntansi biaya dan implementasinya yang perlu disesuaikan dengan kebutuhan yang

beragam sesuai dengan kepentingan departemen, letak geografis, fungsinya, dan lain sebagainya [19].

Sistem informasi akuntansi biaya akan menghasilkan informasi biaya yang sistematis dengan tujuan untuk [19]:

1. Menetapkan target laba
2. Menetapkan target departemen
3. Mengevaluasi efektifitas rencana
4. Mengidentifikasi dan memilih strategi
5. Memutuskan penyesuaian dan perbaikan organisasi

2.8. Produk

Produk adalah segala sesuatu baik barang atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia. Barang dan jasa memiliki karakteristik yang berbeda. Jasa berbeda dengan barang karena memiliki karakteristik : *intangible* (abstrak, tidak dapat diraba), pembelian tidak menimbulkan kepemilikan, tidak dapat disimpan, tidak terpisahkan dengan si pemberi jasa [20].

Terdapat tiga indikator dari produk yaitu [18]:

1. *Product Quality*, Kualitas dari produk adalah salah satu hal yang harus diperhatikan oleh sebuah perusahaan dalam menjual produknya, karena kualitas sangat mempengaruhi kepuasan konsumen
2. *Features*, Fitur yang dimiliki oleh perusahaan akan menjadi nilai tambah dari perusahaan tersebut dan akan membedakan dengan kompetitor lain yang membuat konsumen lebih memilih produk tersebut daripada produk dari kompetitor lain
3. *Style and Design*, *Style* produk yang menarik akan menarik perhatian konsumen namun belum tentu membuat produk tersebut menjadi lebih baik, oleh karena itu perusahaan harus membuat desain yang lebih baik.

2.9. Stok

Sistem persediaan stok adalah sistem untuk mengelola persediaan barang di gudang. Persediaan barang merupakan aset harta yang cukup besar jika dibandingkan dengan harta lancar lainnya. Pengendalian besarnya nilai persediaan barang bukanlah hal yang mudah bagi perusahaan, dari mulai melakukan pencatatan harga pembelian barang, menentukan harga sampai dengan penyajian persediaan barang tersebut kedalam laporan keuangan. Dalam

memudahkan mengatur persediaan barang, maka dibutuhkan sebuah sistem yang bertujuan untuk mempermudah proses pengendalian persediaan barang yang diharapkan dapat membantu masalah-masalah yang ada pada perusahaan [21].

Jumlah permintaan dari konsumen yang tidak tentu juga dapat mengakibatkan stok yang harus disiapkan menjadi tidak stabil. Selain itu produk yang beragam dan banyak jenisnya juga menjadikan manajemen stok yang dilakukan menjadi tidak akurat. Karena tidak ingin terjadi kekurangan stok barang atau produk tertentu pada saat permintaan konsumen dalam jumlah besar, maka perusahaan mengambil langkah yaitu melakukan pemesanan barang produk tertentu lebih besar daripada sebelumnya. Hal ini dapat mengatasi kekurangan persediaan stok produk tertentu, tetapi mengakibatkan biaya simpan yang tinggi dan tidak ekonomis.

Manajemen stok yang tidak akurat juga mengakibatkan sering terjadi kekurangan atau kelebihan produk tertentu yang akhirnya akan mengecewakan konsumen. Permasalahan yang tersebut terjadi disebabkan karena perusahaan kesulitan dalam menentukan stok minimum tiap barang yang harus dipenuhi berdasarkan minat konsumen. Untuk dapat mengatasi permasalahan yang terjadi, maka perusahaan membutuhkan sistem perencanaan stok barang yang lebih baik sehingga dapat menentukan produk mana yang harus di stok banyak, sedang atau bahkan sedikit agar tidak lagi mengalami kekurangan atau bahkan kelebihan dalam pemenuhan stok produk tertentu [22].

2.10. Retur

Retur adalah barang dagang yang dijual mungkin dikembalikan oleh pelanggan karena kerusakan atau alasan-alasan lain, pelanggan diberikan potongan harga. Ketidaksesuaian itu terjadi kemungkinan karena barang yang diterima tidak cocok dengan spesifikasi yang tercantum dalam surat order pembelian, kerusakan dalam pengiriman, atau barang yang telah diterima melewati tanggal pengiriman yang dijanjikan oleh penjual [23].

Aktivitas pengembalian tidak dapat diabaikan oleh perusahaan dan para pelaku bisnis. Hal ini telah tercantum pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) nomor 8 tahun 1999 pasal 4 mengenai hak konsumen. Menurut undang-undang tersebut konsumen atau konsumen berhak mendapatkan produk sesuai dengan yang dijanjikan dengan dan jika tidak maka konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian. Oleh karenanya, pelaku bisnis saat ini membuat aturan-aturan pengembalian produk yang harus ditaati oleh para konsumennya misalnya produk yang dikembalikan harus dalam rentang waktu

tertentu, kerusakan bukan diakibatkan pelanggan, dan sebagainya. Aturan pengembalian yang jelas menunjukkan bahwa pelaku bisnis memiliki kualitas yang baik [24].

Fungsi terkait dalam sistem retur pembelian adalah [23]:

1. Fungsi gudang

Fungsi gudang bertanggung jawab untuk menyerahkan barang kepada fungsi pengiriman seperti yang tercantum dalam tembusan memo debit yang diterima dari fungsi pembelian.

2. Fungsi pembelian

Fungsi pembelian bertanggung jawab untuk mengeluarkan memo debit untuk retur pembelian.

3. Fungsi pengiriman

Fungsi pengiriman bertanggung jawab untuk mengirimkan kembali barang kepada pemasok sesuai dengan perintah retur pembelian dalam memo debit yang diterima dari fungsi pembelian.

4. Fungsi akuntansi

Fungsi akuntansi bertanggung jawab untuk mencatat transaksi retur pembelian dalam jurnal retur pembelian atau jurnal umum, mencatat berkurangnya harga pokok persediaan karena retur pembelian dalam kartu persediaan, dan mencatat berkurangnya hutang yang timbul dari transaksi retur pembelian dalam arsip bukti kas keluar yang belum dibayar atau dalam kartu hutang.

2.11. Laporan Pendapatan

Pendapatan merupakan suatu pemasukan yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang berasal dari pemberian jasa atau kegiatan yang menghasilkan laba lainnya yang berasal dari kegiatan inti suatu perusahaan. Pengolahan data transaksi secara manual menjadi masalah apabila banyaknya transaksi yang ada diolah menggunakan sistem pencatatan manual. Hal tersebut akan menghambat pekerjaan, karena banyaknya transaksi yang harus di input, serta tahapan-tahapan yang harus dibuat, jika menggunakan pencatatan secara manual. Yang ditugaskan dalam melakukan penyusunan laporan keuangan adalah seorang akuntan sebagai sarana untuk memonitor kemajuan suatu perusahaan atau dapat juga digunakan sebagai sarana pengambilan keputusan [25].

Laporan pendapatan merupakan salah satu poin penting yang ada dalam hal keuangan sebagai syarat kelengkapan pembuatan laba rugi. Laporan pendapatan diolah secara manual oleh seorang akuntan dengan merekap data dari kumpulan berkas yang telah disiapkan seperti

kwitansi ke dalam bentuk excel, kemudian di hitung menggunakan kalkulator ataupun rumus. Informasi pada laporan pendapatan dikatakan bermutu tinggi apabila informasi yang digunakan sebagai pendukung seluruh kegiatan transaksional perseorangan ataupun perusahaan dilengkapi dengan pengontrolan sistem yang maksimal untuk dapat memonitor kinerja, sehingga informasi yang dihasilkan dan ditampilkan tersebut dapat mengantisipasi kemungkinan terjadinya suatu kesalahan atau kekeliruan fatal dikemudian hari [26].

