

Sistem Penjualan terhadap Peningkatan Penjualan Motor (Studi pada PT. Honda Sidoarjo)

Qiflainy Shalsa Desita Muttaqin, Imelda Dian Rahmawati*

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Abstrak: Program akuntansi perdagangan tunai dan kredit akan terkomputerisasi dalam mengelola dan menggunakan komputer sebagai alat pencatatan informasi keuangan secara akurat, efektif dan efisien sehingga memudahkan dalam pengambilan data administrasi yang berguna bagi manajemen dalam memberikan kemudahan pelaporan keuangan secara berkala kepada konsumen di dalam maupun di luar perusahaan. Pasalnya, dalam dua tahun terakhir, industri otomotif sedang tidak baik sejak adanya virus Covid-19 yang menyebabkan penjualan turun drastis. Oleh karena itu, pendapatan seseorang yang tidak stabil menyebabkan penurunan di sektor perdagangan. Alhasil, satu-satunya kebijakan yang bisa diambil oleh Dealer PT. Honda Sidoarjo untuk meningkatkan penjualan adalah dengan memberikan cara kredit yang mudah untuk membeli sepeda motor Honda. Sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan pemilihan kepala pemasaran, keuangan dan cabang dengan jumlah sampel sebanyak 83 staf dari 16 cabang dealer Honda di Sidoarjo. Hasil yang diperoleh Penjualan Tunai dan Penjualan Kredit berpengaruh signifikan dan secara simultan berpengaruh terhadap Peningkatan Penjualan Sepeda Motor.

Kata Kunci: Sistem Penjualan Tunai, Sistem Penjualan Kredit, Peningkatan Penjualan Motor

DOI:

<https://doi.org/10.47134/innovative.v1i2.68>

*Correspondence: Imelda Dian

Rahmawati

Email: imeldadian@umsida.ac.id

Received: 20-04-2022

Accepted: 19-05-2022

Published: 24-06-2022



Copyright: © 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

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 (Marsudi dkk., 2020). 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 (Nurfitriyenni, 2019), 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 (Wahyono, 2015). 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 (Jasasila, 2018) 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 (Paramita, 2019), kebutuhan akan mobil mengakibatkan pengeluaran karena kendaraan roda dua juga berfungsi sebagai roda transportasi untuk rekreasi, bisnis, dan berbagai kebutuhan manusia lainnya (Handoyono & Purnomo, 2020).

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

Tabel 1. Data Penjualan Tunai Dan Kredit Motor Dealer Honda Tirto 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 (Brilliany & Nomleni, 2022). Kunci kesuksesan dalam bersaing yang adanya inovasi diperusahaan. Sebab inovasi akan menjadi suatu sumber perkembangan perusahaan. Pembaruan produk adalah sebuah hal terpenting yang diandalkan pemasar ketika memasarkan produknya. Pembaruan dapat menambah nilai produk, serta membentuk produk terbaru yang mampu memberi penyelesaian atas masalah yang didapat oleh pelanggan (Harly & Octavia, 2014).

Munculnya berbagai merek kendaraan roda dua merupakan hasil dari kemajuan teknologi dan peluang sosial. 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 (Lupiko & Waloejo, 2018). Sebab adanya sarana transportasi motor yang dianggap irit, menghemat, serta cepat sampai ditempat tujuannya daripada menggunakan mobil. Aturan credit tersebut berdasar dalam masalah yang seringkali dihadapi 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 atau konsumen 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 seberapa 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.

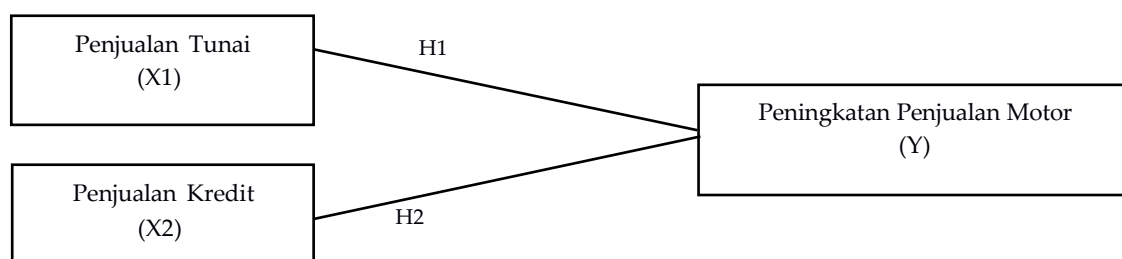
Sementara itu, penelitian terdahulu yang berjudul faktor yang berpengaruh pada perdagangan sepeda motor Honda pada CV. Surya Kuasing Telukkuantan oleh Saputra (2018), UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perdagangan sepeda motor Honda adalah dalam berpromosi, melayani, serta pemasaran. Hal tersebut menjelaskan jika ketiga variabelnya akan memengaruhi dengan signifikan pada perdagangan motor Honda. Analisis sistem perdagangan motor di kantor CV. Mitra Angkasa Jaya Utama (maju) di kabupaten Gowa oleh Hasriani (2018), Universitas Muhammadiyah Makassar, dapat disimpulkan bahwa dengan adanya aplikasi sistem penjualan kredit untuk pengolahan transaksi kredit dan membayar angsurannya pada pelanggan yang mudah dijalankan.

Beberapa peneliti terdahulu lainnya mengenai analisis sistem data akuntansi perdagangan untuk memaksimalkan pengelolaan internal dalam dealer agung motor Nganjuk (Nurdiwati, 2018), Universitas Nusantara PGRI Kediri, dapat disimpulkan bahwa implementasi pengelolaan internal dalam dealer tersebut telah berlangsung secara maksimal yang disaksikan berdasarkan faktor kendali di dalam Dealer Agung Motor, rancangan otorisasi, serta proses mencatat dalam praktek sehat. Sistem perdagangan kredit pada sepeda motor di PT. Astra Internasional Tbk – HSO Yogyakarta oleh Sari (2017), Universitas Teknologi Yogyakarta, dapat disimpulkan bahwa rancangan dalam PT Astra Internasional Tbk – HSO Yogyakarta telah maksimal sebab ada dokumen pendukungnya, membagi penugasan dengan jelas, serta organisasi telah menjalankan pengelolaan internal dalam pengamanan harta di perusahaan berdasarkan praktik kecurangan, menambah kemaksimalan dalam aktivitas operasi perusahaannya.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dikemukakan mengenai keputusan pembelian menggunakan pembelian cash dan kredit. Di satu 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 menjadikan 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

Metode

Penelitian ini berjenis descriptive kuantitatif. Berdasarkan Sugiyono (2017), 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 perjanjian berupa pertanyaan tertulis terhadap respondens dalam menjawab.

Sistem penjualan tunai (X1) yakni pada saat bertransaksi penjualan tunai, produk maupun ayanan akan diberikan organisasi terhadap pembelinya apabila mendapat kas konsumen. Berdasarkan Basu (2005) perdagangan tunai yaitu penghasilan dalam menjual, misalnya dalam penghasilan layanan, dicatatkan saat ada. Penghasilan perdagangan diciptakan saat produk diberikan dari produsen kepada konsumen.

Indikator perdagangan cash menurut Sugiyono (2017):

1. Fungsi Perdagangan saat bertransaksi tunai
2. Tanggungjawab dalam mendapat order konsumen
3. Faktor perdagangantunai

Sistem penjualan kredit (X2) yakni pada saat bertransaksi penjualan credit, apabila order konsumen sudah terpenuhi dengan mengirim produk maupun menyerahkan layanan yang berjangka waktu diperusahaan dengan piutang pelanggan. Berdasarkan Basu (2005) definisi perdagangan 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.

Indikator kredit menurut Sutopo (2012):

1. Standar credit
2. Persyaratan bayar
3. Plaform credit
4. Peningkatan penjualan
5. Rutinitas pembayaran konsumen
6. Kebijakan pengumpulan piutang

Peningkatan penjualan sepeda motor (Y) yakni Menurut Weygandt (2013) Target penjualan atau peningkatan perdagangan yaitu total produk maupun layanan yang wajib terjual dan sudah diterapkan sebelumnya disuatu perusahaan. Sementara berdasarkan Weygandt (2013) peningkatan perdagangan yaitu total perdagangan yang diraih dalam sebuah penjualan disuatu masa.

Berdasarkan Kotler (2012) menarik kesimpulan jika terdapat sejumlah indikasi dalam peningkatan perdagangan, yaitu:

1. Produksi
2. Pemasaran
3. Nilai
4. Lokasi

Kegiatan perdagangan akan menjadi pengaruh dari indikasi yang mampu menambah efektivitas diperusahaan.

Populasi yaitu kawasan penggeneralisasian yang tersusun dari obyek maupun subyek yang berkualitas juga berkarakteristik menyesuaikan penulis dalam mempelajari dan menyimpulkan Sugiyono (2009). 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 respondents. 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:

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 respondents (n) yaitu 83 respondents. 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. devisi 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 Dan Reliabilitas

Pengujian validity akan menemukan instrument yang dipakai dalam menemukan data primer pada riset bisa dipakai dalam melakukan pengurur 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. Instrument variable Sistem Penjualan Tunai menjelaskan jika seluruh items pernyataan dikatakan valid. Dikatakan terhadap skor r hitung $< 0,217$. Instrument variable Sistem Penjualan Kredit menjelaskan jika seluruh items penjelasan dikatakan valid. Dikatakan terhadap skor r hitung $< 0,217$. Instrument variable Peningkatan Penjualan Motor menjelaskan jika seluruh items dikatakan valid. Dikatakan terhadap skor hitung $< 0,217$.

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 $> 0,60$, maka sarana pengukuran itu reliable, begitupun sebaliknya. 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:

Uji Multikolinieritas

Variable	Tolerances	VIF	Keterangan
Sistem Penjualan Tunai	0,279	3,579	Tak Timbul Multikolinearitas
Sistem Penjualan Kredit	0,279	3,579	Tak Timbul Multikolinearitas

Dependent Variabel : Peningkatan Penjualan Motor

Sumber : Pengolahan Data, 2023

Dari table 9 dipahami jika pengujian Multikolinearitas 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

Uji Kofisien Determinan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimates
1	.757 ^a	.572	.562	1.208

a. Predictor: (Konstanta), TotalX2, TotalX1

b. Variable

Dependen: TotalY

Sumber :
Pengolahan Data,
2023

Dari table 10 out put SPSS dalam mengujia kofisien determinasi dengan bersamaan menjelaskan skor R^2 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.

Simpulan

Dari hasil analisa dan bahasan mengenai penjualantunai dan penjualankredit 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 penjualantunai. Hasil tersebut ada pertambahan laba meskipun tak begitu besar.
2. Penjualan credit memiliki pengaruh positif significant 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 Penjualantunai dan penjualankredit dengan bersamaan memiliki pengaruh positive dan signifikan pada peningkatan penjualan motor di PT. Dealer Honda Sidoarjo sehingga hipotesisnya diterima. Penjelasan tersebut karena jika penjualantunai 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.

Daftar Pustaka

Anggraeni. (2019). 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.

- Azhar, S. (2008). Sistem Informasi Akuntansi.
- Basu, S. (2005). Manajemen Penjualan.
- Brilliany, E., & Nomleni, A. P. W. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Scarlett. *J. Ris. Manaj. dan Akunt.*, 2(1), 72–77. <https://doi.org/10.55606/jurima.v2i1.153>
- Fitriani, U. (2016). 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.
- Gunawan, I., & Purnama, A. (2019). Analisis Dampak Penjualan Kredit Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Di Kota Serang. *Prog. J. Pendidikan, Akunt. dan Keuang.*, 2(2), 93–107. <https://doi.org/10.47080/progress.v2i2.569>
- Handoyono, N. A., & Purnomo, S. (2020). Identifikasi Kebutuhan Pembelajaran Praktik Servis Sepeda Motor dengan Konsep Teaching Factory. *WACANA Akad. Maj. Ilm. Kependidikan*, 4(2), 106. <https://doi.org/10.30738/wa.v4i2.7730>
- Harly, G. S., & Octavia, D. (2014). The Impact of Endorsement Fashion Blogger Towards Purchase Intention on Local Brand (2013 - 2014). *J. Manaj. Indones.*, 14(2), 140–152.
- Hasriani. (2018). Analisis Sistem Penjualan Kendaraan Bermotor Pada Kantor Cv. Mitra Angkasa Jaya Utama (Maju) Kabupaten Gowa.
- Jasasila, J. (2018). *EKONOMIS: Journal of Economics and Business* Vol.2 No.1 Maret 2018, 2(1), 13–28.
- Kotler, & Armstrong. (2012). Sistem Informasi Akuntansi Pemasaran.
- Lupiko, R. F., & Waloejo, H. D. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Supra X 125. *J. Adm. Bisnis*, 7(1), 38. <https://doi.org/10.14710/jab.v7i1.22608>
- Mardi, W. (2004). Dampak Prosedur Penjualan Kredit.
- Marsudi, D., Mufti, A., & Lestari, M. (2020). Perancangan Sistem Aplikasi Penjualan Sparepart pada Toko Kim Jaya Motor. *J. Ris. dan Apl. Mhs. Inform.*, 1(03), 376–383. <https://doi.org/10.30998/jrami.v1i03.382>
- Muhani, & Sumiati. (2016). Pengaruh Penjualan Tunai Dan Penjualan Kredit Terhadap Laba Pada Industri Bengkel Las Diana Di Palopo.
- Mujahidah, A. Sitorus, M. C., & Kuriawan. (2016). Analisis Sitem Informasi Penjualan Pada Pt Hadji Kalla (Toyota) Cabang Pinrang.
- Mulyadi. (2008). Sistem Akuntansi Penjualan Kredit.
- Nisa, C., & Suherman, A. (2020). Piutang Pada Pt Sinar Sosro Kantor Penjualan (Kp) Sukabumi. *Semin. Nas. Akunt. Iii Univ. Pamulang*, 384–391.

- Nurdiwati, D. (2018). Meningkatkan Pengendalian Internal Pada Dealer Agung Motor Nganjuk.
- Nurfitriyenni & Ekonomi, I. (2019). JUSIE. III(April), 193–202.
- Paramita, E. (2019). Analisis Penyebab Piutang Tak Tertagih dan Dampaknya Terhadap Profitabilitas Perusahaan pada PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk Unit Corn Dryer Gowa Financial and Accounting Department. Available at <http://repository.stienobel-indonesia.ac.id/handle/123456789/133>
- Rachmawati, S. (2008). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Terhadap Efektivitas. 14(2), 128–135. https://www.academia.edu/27848137/Pengaruh_Sistem_Informasi_Akutansi_Penjualan_Terhadap_Efektivitas_Pengendalian_Piutang_Pada_Pt_Permata_Finance_Samari
- Saputra, A. (2018). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Sepeda Motor Honda Pada Cv. Surya Kuansing Teluk Kuantan. Available at <http://repository.uin-suska.ac.id/7754/>
- Sari, R. P. (2017). Sistem Penjualan Kredit Kendaraan Bermotor Roda Dua Pada Pt Astra International Tbk – Hso Yogyakarta.
- Sitorus, A. (2021). Pengaruh Penjualan Tunai Dan Penjualan Kredit Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pada PD Gloria Bandung. J. Financ., 2(1), 13–23. Available at <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/financia/article/view/409>
- Soemarso. (2009). Dampak Prosedur Penjualan Kredit.
- Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.
- Sutopo, S. (2012). Akuntansi Penjualan.
- Universitas, D. M. P., Universitas, M. P., & Kredit, P. (2016). Kredit Terhadap Profitabilitas Pada Pt. Astra International Tbk. - Honda Sales Operation.
- Wahyono, T. (2015). Sistem Informasi. Salemba Empat.
- Weygandt, K., & Weygandt, K. (2013). Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Tunai dan Kredit. Edisi Tiga.