



---

**SISTEM INFORMASI PENJUALAN HOLLAND BAKERY CABANG  
KELAPA DUA**

**Indri Apriyanti<sup>1</sup>, Wini Nurnaningsih Gulo<sup>2</sup>**  
**Universitas Pamulang**

**Abstract**

*Holland Bakery is a company engaged in the staple food (bread) which has a different taste with the best quality. Holland Bakery itself does not only produce bread, products from Holland Bakery have many variants, such as pastries, donuts, cakes, wet cakes, market snacks, officially licensed disney cakes in Indonesia at relatively affordable prices. This is to attract consumers to buy products from Holland Bakery. The problem in this research is that consumer purchasing decisions on the choice of a product or service are influenced by several factors from within the consumer and from outside the consumer. In the decision-making process psychological factors of consumer behavior (internal) are one of the influences.*

*The problem is whether the variables of the psychological factors of consumer behavior consisting of motivation, perception, learning, and beliefs and attitudes affect the decision making of Holland Bakery products and whether these variables can show the performance of Holland Bakery.*

*The purpose of this study was to determine the performance of the psychological variables themselves and to determine the influence of psychological variables on consumer purchasing decisions. The hypothesis in this study is that if the company knows the performance and magnitude of influence it can determine the strategy that must be taken. The methodology used for descriptive analysis is to use the method. Qualitative research is research used to investigate, find, describe, and explain the quality or features of social influences that cannot be explained, measured or described through a quantitative approach.*

*decision to buy Holland Bakery products divided into two coconut. To improve the performance of the perception of Holland Bakery, it is better if you continue to introduce products through the media and participate in social activities, and to motivate Holland Bakery consumers, it is necessary to design products to attract the attention of consumers. Each indicator in the range of intervals is considered good enough, so it can be concluded that the company has been able to meet market needs or tastes and tastes of every consumer.*

*Keyword : Information system sales of Holand Bakery Kelapa Dua Branch*

**Abstrak**

Holland Bakery merupakan perusahaan yang bergerak di bidang makanan pokok (roti) ini mempunyai cita rasa yang berbeda dengan kualitas yang terbaik. Holland Bakery sendiri tidak hanya memproduksi roti, produk dari Holland Bakery memiliki banyak varian, seperti pastry, donat, cake, kue basah, jajanan pasar, disney cake lisensi resmi di Indonesia dengan harga yang relatif terjangkau. Hal ini untuk menarik minat konsumen untuk membeli produk dari Holland Bakery. Masalah dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian konsumen terhadap pemilihan suatu produk atau jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor dari dalam diri konsumen maupun dari luar diri konsumen. Dalam proses pengambilan keputusan tersebut faktor-faktor psikologis perilaku konsumen (intern) menjadi salah satu pengaruhnya.

Permasalahannya adalah apakah variabel-variabel dari faktor-faktor psikologis perilaku konsumen yang terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, dan keyakinan dan sikap berpengaruh



terhadap pengambilan keputusan pembelian produk Holland Bakery dan apakah variabel-variabel tersebut dapat memperlihatkan kinerja dari Holland Bakery.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja dari variabel psikologis itu sendiri dan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel psikologis terhadap keputusan pembelian konsumen. Hipotesis dalam penelitian ini adalah jika kinerja dan besarnya pengaruh diketahui perusahaan dapat menetapkan strategi yang harus diambil. Metodologi yang digunakan untuk analisis deskriptif adalah menggunakan metode Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh social yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif.

keputusan pembelian produk Holland Bakery dicabang kelapa dua. Untuk meningkatkan kinerja dari persepsi Holland Bakery sebaiknya terus menerus mengenalkan produk melalui media dan ikut berpartisipasi dalam kegiatan sosial, serta untuk memotivasi konsumen Holland Bakery perlu melakukan design product untuk menarik perhatian dari konsumen. Masing – masing indikator yang berada pada range interval yang dinilai cukup baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa perusahaan sudah dapat memenuhi kebutuhan atau selera pasar dan selera bagi setiap konsumen.

Kata kunci : System Informasi penjualan Holand Bakery Cabang Kelapa Dua

## PENDAHULUAN

Di era globalisasi seperti saat ini persaingan bisnis bukan lagi hal yang tidak wajar semua perusahaan besar ataupun kecil berlomba lomba untuk mendapatkan profit terbaik bagi perusahaan, untuk mengatasi permasalahan tersebut perusahaan harus mulai menyiapkan segala sesuatunya guna mengikuti mengikuti persaingan bisnis yang sangat ketat yaitu dengan cara : mengetahui bisnis apa yang sedang laku di pasaran dan produk apa saja yang banyak diminati para konsumen, manajemen yang baik dan terstruktur, para karyawan yang ahli dibidangnya dan yang paling penting yaitu dukungan sistem informasi yang baik karena dengan sistem informasi yang baik maka suatu perusahaan akan memiliki banyak keunggulan sehingga akan mampu bersaing dengan perusahaan lain dan mempertahankan eksistensinya didunia usaha dan bisnis. Selain faktor- faktor tersebut, Ilmu Pengetahuan dan teknologi (IPTEK) dapat membantu perusahaan dalam rangka peningkatan mutu kerja para karyawan. Dengan adanya kemajuan IPTEK bagi suatu perusahaan diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi karyawan dalam mengerjakan suatu pekerjaan.

Pemanfaatan komputer dalam suatu perusahaan sangat penting, bahkan di jaman seperti sekarang ini hampir semua perusahaan menggunakan komputer untuk mempermudah suatu pekerjaan. Banyak sekali manfaat yang disajikan oleh komputer bagi suatu perusahaan yaitu suatu pekerjaan akan lebih cepat selesai, efektif, efisien, selain itu data yang dihasilkan oleh komputer akan lebih akurat dibandingkan dengan manual dan apabila ada suatu kesalahan maka dengan mudah kita dapat mengidentifikasinya.



Sistem manual tentu saja tidak efektif dan efisien mengingat semakin beragamnya proses transaksi dari suatu usaha dan juga meliputi pembuatan laporan harian maupun tahunan.

Mengingat masalah yang dihadapi semakin kompleks, tidak memungkinkan jika menggunakan sistem manual karena pekerjaan banyak, sehingga diperlukan adanya sistem komputerisasi guna meningkatkan kinerja dari suatu perusahaan.

Sistem Informasi Akuntansi (SIA) adalah sebuah sistem informasi yang sengaja dibuat untuk mempermudah kegiatan atau hal-hal yang berkaitan akuntansi. Menurut Mulyadi, SIA diartikan sebagai organisasi formulir, catatan, dan laporan yang dikoordinasi sedemikian rupa untuk menyediakan informasi keuangan yang dibutuhkan oleh manajemen guna memudahkan pengelolaan perusahaan.

Lain lagi dengan Nugroho Widjajanto yang mengartikan bahwa sistem informasi akuntansi sebagai susunan formulir, catatan, peralatan termasuk komputer dan perlengkapannya serta alat komunikasi, tenaga pelaksanaannya dan laporan yang terkoordinasi secara erat yang didesain untuk mentransformasikan data keuangan menjadi informasi yang dibutuhkan manajemen.

Adapun menurut Romnet dan Steinbart, SIA merupakan sistem yang mengumpulkan, mencatat, menyimpan, dan juga proses data menjadi informasi yang berguna dalam membantu proses pengambilan keputusan.

Kesimpulannya, sistem informasi akuntansi memiliki arti sebuah sistem yang meliputi catatan, formulir, serta laporan dengan susunan tertentu sehingga menghasilkan informasi keuangan yang dibutuhkan perusahaan. Sehingga manajemen dapat lebih mudah mengontrol kerja sistem yang telah dipakai. Jika dulu catatan akuntansi memakai cara manual. Saat ini, sistem informasi akuntansi lebih mudah dirancang karena bisa dibuat secara otomatis.

Penelitian ini dilakukan dalam upaya untuk mengetahui permasalahan yang umum terjadi adalah 1) bagaimana strategi holland bakery dalam menaikkan omset penjualan 2.)apa jenis roti yang paling diminati customer, prediksi ini sangat berpengaruh pada keputusan kepala toko untuk menentukan jumlah barang yang akan disediakan karena apabila permintaan barang terlalu sedikit khawatirnya akan ada orderan mendadak.

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penulisan karya ilmiah ini untuk mengetahui strategi holland dalam menaikkan omset penjualan dan untuk mengetahui jenis roti yang paling diminati customer.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Penjualan**

Penjualan adalah: Penjualan (sales) adalah aktivitas atau bisnis dalam menjual produk atau jasa. Yang bertujuan untuk mendatangkan keuntungan dari produk atau barang yang dijual. Dalam



pelaksanaannya, penjualan tidak dapat dilakukan tanpa adanya kontribusi dari pelaku yang bekerja, seperti pedagang, agen, dan tenaga pemasaran.

## Penjualan menurut para ahli

Menurut Basu Swastha Dalam bukunya yang berjudul Azas-azas Marketing, Pengertian penjualan menurut Basu Swastha, Penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Jadi dalam buku Basu Swastha menerangkan bahwa penjualan yaitu proses menawarkan barang atau produk kepada konsumen dengan cara merayu konsumen tersebut.

## Pembayaran

Pembayaran yaitu sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga dan mekanisme yang digunakan untuk melaksanakan pemindahan dana guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi.

## Macam macam pembayaran

- Pembayaran Cash

Pembayaran Cash adalah pembayaran menggunakan mata uang negara dalam bentuk uang kertas atau uang logam koin yang dibayarkan oleh penerima barang atau jasa kepada penjual.

- Pembayaran Debit

Pembayaran Debit Berkat kecanggihan teknologi, kartu ATM yang biasanya digunakan untuk menarik uang atau memindahkan dana (transfer) melalui mesin ATM (Anjungan Tunai Mandiri), sudah dapat digunakan untuk membayar pengeluaran Anda.

- Kartu kredit

Kartu kredit merupakan salah satu cara pembayaran yang sangat mudah, dan dapat digunakan untuk transaksi secara online maupun transaksi di luar negeri. Kartu kredit sering diikuti dengan promo potongan harga, cashback (pengembalian uang tunai), dan cicilan 0 persen. Selain keuntungan tersebut, menggunakan kartu kredit juga memberikan Anda keleluasaan untuk membelanjakan uang melebihi saldo tabungan karena sistem penggunaan kartu kredit adalah dengan berutang dahulu pada bank.



## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di salah satu cabang Holland Bakery yang berada di daerah kelapa dua Jakarta yang manajemennya terletak di Jl. Raya Klp. Dua No.Raya, RT.1/RW.2, Klp. Dua, Kec. Kb. Jeruk, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11520

Adapun alasan untuk memilih lokasi penelitian tersebut yaitu karena saya adalah salah satu karyawan yang bekerja disana.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif Menurut Saryono (2010), Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh social yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif.

untuk memaparkan laporan penjualan Dan mendapatkan data yang lengkap serta akurat,

Pengumpulan data dilakukan dengan metode-metode sebagai berikut :

- Pengamatan (Observation)

Pengamatan adalah pengamatan secara langsung suatu kegiatan yang dilakukan proses transaksi penjualan roti

- Wawancara (Interview)

Wawancara adalah penulisan yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data dengan tatap muka secara langsung antara penulis dengan orang yang diwawancarai.

## HASIL

### Profil PT.Mustika Citra Rasa ( Holland Bakery)

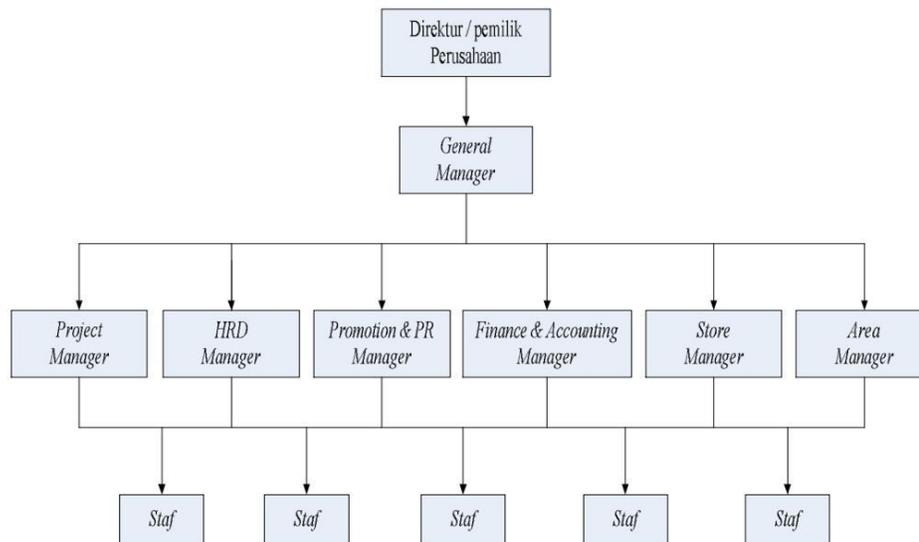
Holland Bakery adalah brand untuk jaringan waralaba toko roti modern dengan kualitas premium. Hingga saat ini, Holland Bakery didirikan tahun 1878 yang mempunyai kantor pusat di daerah Jakarta sudah memiliki lebih dari 200 gerai di seluruh Indonesia yang tersebar di Jakarta, Bandung, Surabaya, Lampung, Batam, Pekanbaru, Makassar, Bali, Balikpapan, dan Manado. Perusahaan roti ini merupakan salah satu dari beberapa gerai makanan yang disebutkan dalam majalah Lonely Planet edisi Indonesia, Perusahaan ini mempunyai slogan yang tak asing buat pada pecinta roti yaitu ” Teratas karena kualitas” perusahaan ini sangat mementingkan kualitas produknya tak hanya kualitas tetapi juga pada cara pelayanan kepada customer yang membeli.

Holland Bakery telah mendapatkan Sertifikat Halal dari LPPOM MUI Pusat dengan no. 00160083100517 yang berlaku di seluruh outlet Holland Bakery secara Nasional dengan status SJH "A" (Excellent) selama 2 kali periode audit secara berturut-turut.

## Visi dan Misi Perusahaan

- Visi  
Membuat produk Holland Bakery menjadi salah satu alternatif hidangan utama seperti sarapan, makan siang maupun makan malam bagi masyarakat Indonesia
- Misi  
Terus meningkatkan kualitas produk dan mengembangkan produk-produk sehat dan bergizi.  
Mengikuti kebutuhan masyarakat Indonesia

## Struktur Organisasi Perusahaan



Berdasarkan struktur organisasi di atas, terdapat 8 departemen yang terbagi berdasarkan fungsi yang dimiliki. Berikut adalah wewenang dan tanggung jawab (job description) dari masing-masing jabatan dari struktur organisasi Holland Bakery tersebut:

### 1. Direktur

- Melakukan koordinasi atas perencanaan strategis.
- Memimpin rapat tinjauan manajemen secara berkala berdasarkan sistem manajemen mutu.
- Bertanggung jawab penuh terhadap pelaksanaan semua keadaan dan maju mundurnya perusahaan.
- Memelihara hubungan baik dengan pihak eksternal; pemerintah, perusahaan dan masyarakat.
- Melakukan validasi produk baru yang didesain internal perusahaan.

### 2. General Manager

- Mengontrol pelaksanaan, efektifitas, dan efisiensi sistem perusahaan.
- Menyusun agenda tinjauan manajemen.



- ·Melaporkan tindakan koreksi dan pencegahan, sasaran mutu, dan masalah internal tinjauan manajemen pada direktur.
- ·Mengesahkan daftar induk dokumen.

### **3. Project Manager**

- ·Mengatur penanganan proyek franchise yang sedang berjalan.
- ·Menganalisa lapangan usaha yang bagus untuk tempat pemasaran.
- ·Melaporkan hasil proyek yang sedang berjalan setiap bulannya.

### **4. HRD Manager**

- Melakukan absensi karyawan.
- ·Mengetahui permohonan gaji karyawan bulanan.
- ·Meningkatkan kualitas SDM bagi karyawan baru dan lama.
- ·Menerima usulan dari karyawan.
- ·Memilih dan menyeleksi karyawan sesuai dengan standar dan kebutuhan perusahaan.

### **5. Finance and Accounting Manager**

- ·Mengkoordinasi tugas dan wewenang staf keuangan dan akuntansi.
- ·Menentukan dan menghitung jumlah anggaran yang akan dan telah digunakan perusahaan.
- ·Memeriksa ulang laporan keuangan tiap bulan.
- ·Menyerahkan laporan keuangan kepada Direktur.
- ·Memonitor pengeluaran kas perusahaan.

### **6. Store Manager**

- ·Merencanakan kapasitas persediaan yang dibutuhkan untuk tiga bulan kedepan,
- ·Membuat jadwal prediksi mingguan.
- ·Memastikan bahwa produksi donat sesuai dengan rencana.
- ·Mengoreksi laporan staf perencanaan persediaan bahan baku.
- ·Menyediakan bahan yang akan digunakan untuk produksi.

### **7. Area Manager**

- ·Bertanggung jawab atas daerah yang sedang ditangani.
- ·Mengatur kegiatan operasional dari masing-masing daerah.

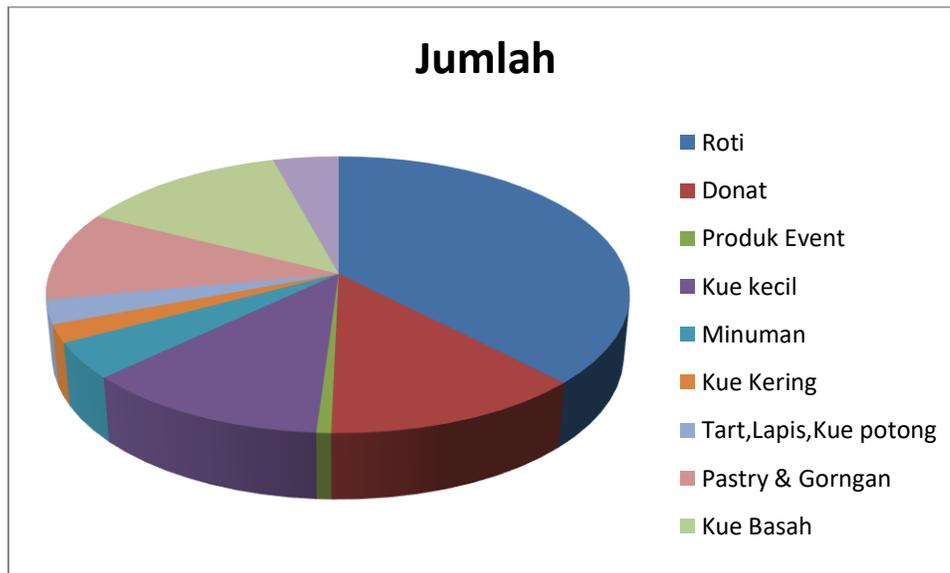
### **8. Staff**

- ·Membantu masing-masing departemen yang ada dalam mengerjakan laporan.
- ·Melaporkan setiap permasalahan pada manager.

**Deskriptif Data**

Tabel laporan penjualan harian tgl 14 desember 2020

Nama produk	Jumlah	Presentasi
Roti	54	31%
Donat	18	5%
Produk Event	1	5%
Kue kecil	17	16%
Minuman	6	1%
Kue Kering	3	6%
Tart,Lapis,Kue potong	4	10%
Pastry & Gorngan	15	6%
Kue Basah	19	7%
Barang Konsinyasi	6	3%



Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa variabel atau jenis makanan yang paling diminat customer adalah roti dengan jumlah 54 piece dalam satu shif

Dari hasil penelitian yang di lakukan melalui pendatangan langsung ke penjualan Holland Bakery cabang Kelapa Dua di peroleh hasil informasi akuntansi penjualan berpengaruh positif terhadap efektifitas pengendalian internal penjualan.



## PEMBAHASAN

Holland Bakery memiliki strategi tersendiri untuk melakukan pemasaran produknya salah satu contoh yang mereka lakukan adalah melakukan positioning yaitu proses dimana kita menargetkan dimana produknya akan dipasarkan contoh kecilnya biasanya anak-anak lebih menyukai varian rasa coklat dan keju.

1. Mengenali customer
2. Memilih Lokasi yang Strategis

Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan pemasaran produk adalah tempat yang tepat. Lokasi yang strategis membuat konsumen mudah menjangkau tempat.

3. Membuat Promosi yang Menarik

Tujuan promosi adalah mengenalkan produk kepada customer, yang semula tidak tau produk lalu ingin membelinya, Memberikan promosi yang menarik seperti potongan harga, cash back atau bonus. Dengan begitu customer akan lebih tertarik untuk mencoba dan membeli.

## KESIMPULAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh persepsi konsumen atas bauran retail terhadap niat beli konsumen toko roti Holland Bakery, maka akan disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Persepsi konsumen atas bauran retail toko roti Holland Bakery

- Persepsi konsumen usia 18-29 tahun :

Secara keseluruhan, persepsi tentang bauran retail toko roti Holland Bakery cukup positif. Namun persepsi nya tentang product assortment, service and store atmosphere, dan place decision positif. Sedangkan persepsinya tentang price decision cukup positif dan promotion decision negative.

- Persepsi konsumen usia 30-39 tahun :

Secara keseluruhan, persepsi tentang bauran retail toko Holland Bakery positif, Namun persepsi nya tentang place decision sangat positif. Sedangkan persepsinya tentang product assortment dan service and store atmosphere positif. Untuk price decision dan untuk promotion decision cukup positif.

- Persepsi konsumen usia  $\geq 40$  tahun:

Secara keseluruhan, persepsi tentang bauran retail toko roti Holland Bakery positif. Namun persepsinya tentang product assortment, service and store atmosphere, and place decision positif. Sedangkan persepsinya tentang price decision dan promotion decision cukup positif.



## 2. Niat beli konsumen toko roti Holland Bakery

Konsumen usia 18-29 tahun tidak berniat untuk membeli produk toko Holland Bakery, sedangkan konsumen usia 30-39 tahun dan konsumen usia  $\geq 40$  tahun mungkin berniat membeli atau tidak berniat membeli produk ditoko roti Holland Bakery.

## 3. Pengaruh persepsi konsumen atas bauran retail terhadap niat beli konsumen toko roti Holland Bakery

Diantara dimensi-dimensi bauran retail toko Holland Bakery, yang berpengaruh secara signifikan adalah dimensi place decision dan promotion decision, masing- masing sebesar 0,516 0,268. Kedua dimensi tersebut dapat menjelaskan niat beli konsumen sebesar 27,7%. Sedangkan dimensi product assortment, service and store atmosphere, dan price decision tidak berpengaruh secara signifikan.

## SARAN

### 1. Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis menyarankan kepada perusahaan untuk memprioritaskan kepada place dan promotion

- Lebih mendekatkan place Holland Bakery kepada konsumen dengan cara menyediakan kembali mobil keliling untuk menawarkan produknya dan sekaligus mempromosikan kembali Holland Bakery kepada masyarakat .
- Lebih sering mempromosikan baik secara langsung dengan memberi tahu konsumen promo apa saja apa yang mereka miliki dan membuat acara dengan menggunakan nama Holland Bakery, dan maupun secara tidak langsung dengan lebih sering menarik konsumen untuk meng-follow facebook dan instagramm Holland Bakery dengan memberikan diskon tambahan jika mereka meng-follow

### 2. Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis menyarankan kepada perusahaan untuk mempertahankan product ,service dan store atmosphere, dan price yang sudah dianggap oleh konsumen baik .

### 3. Dapat mempertimbangkan kembali untuk membuka outlet di mall.

## DAFTAR PUSTAKA

Aaker , D.A., Day, G.S., & Leone, R. P . (2011). Marketing Research (10th ed). John Wiley & Sons  
Berman, B ., & Evans , J . R . (2010) . Retail Management a strategic Approach, (11th ed .)  
. Pearson Prentice Hall.

<http://www.pelajaran.co.id/2017/20/pengertian-penjualan-menurut-para->

<https://www.harmony.co.id/blog/strategi-pemasaran-produk-dan-jasa-yang-meningkatkan-penjualan>

Kotler, P ., & Armstrong, G . (2012). Principles of marketing (14th ed ). New Jersey Pearson Education International.

Levy, M ., Weitz., B., A., & Gr