

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Sistem Akuntansi

A. Pengertian Sistem

Suatu sistem sangatlah dibutuhkan dalam suatu perusahaan, karena sistem sangatlah menunjang terhadap kinerja perusahaan, baik berskala kecil maupun berskala besar. Supaya dapat berjalan dengan baik diperlukan kerjasama diantara unsur-unsur yang terkait dalam sistem tersebut.

Menurut Winarno pengertian dari sistem adalah

Sekumpulan komponen yang saling bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu.²

Menurut Hall, pengertian dari sistem adalah

Kelompok dari dua atau lebih komponen atau subsistem yang saling berhubungan yang berfungsi dengan tujuan yang sama.³

Defenisi umum ini dapat dilihat dari beberapa bagian untuk mendapatkan pemahaman mengenai sistem diaplikasikan dalam perusahaan, yaitu:

1. Banyak komponen.

Sebuah sistem harus berisi lebih dari satu bagian.

² Winarno, Wing Wahyu, **Sistem Informasi Akuntansi**, Edisi Kedua: UPP STIM YKPN, Yogyakarta, 2006, Hal.1.3.

³ Hall, James, **Sistem Informasi Akuntansi**, edisi keempat, Salemba Empat, Jakarta 2007.hal 6

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah masalah mengenai unsur organisasi didalam sistem pengendalian intern penjualan. Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penyusun skripsi ini maka penulis melakukan penelitian langsung pada PT. Hotel Danau Toba International yang beralamatkan jalan : Imam Bonjol No.17 Medan.

3.2 Jenis Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara.

Menurut Sijabat :

Data sekunder merupakan bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumentasi) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan¹⁷

Dalam penelitian ini data yang diperlukan adalah data mengenai sejarah singkat, struktur organisasi, pengendalian intern atas akuntansi penjualan pada PT. Hotel Danau Toba International di Medan.

¹⁷ Sijabat, Jadongan, **Metodologi Penelitian Akuntansi**, Universitas UHN, Fakultas Ekonomi, Medan, hal:82

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha semakin bertumbuh dengan pesat seiring semakin tingginya tingkat kebutuhan masyarakat. Perkembangan yang cukup pesat ini membawa pengaruh yang cukup besar bagi tingkat perekonomian di Indonesia maupun di dunia. Begitu juga dalam perkembangan usaha jasa dalam bidang perhotelan sangatlah cepat sehingga membuat perusahaan dalam bidang perhotelan semakin menjamur, dan mereka harus memenangkan persaingan dengan hotel yang lainnya. Keberhasilan memenangkan persaingan akan menunjukkan apakah perusahaan hotel tersebut dapat bertahan hidup atau bangkrut karena perusahaan jasa bidang perhotelan memiliki tingkat persaingan yang kuat serta dituntut untuk memberikan pelayanan yang maksimal, maka perusahaan perhotelan harus menggali potensi dan memiliki nilai jual, serta harus menjadi yang terbaik dari pesaing. Dalam hal ini, pelaku bisnis perusahaan perhotelan mutlak memiliki strategi dan kiat yang jitu agar lebih baik dari pesaing. Setiap perusahaan jasa perhotelan bebas untuk memberikan pelayanan terbaiknya dan membangun hubungan yang baik dengan tamu hotel.

Penjualan merupakan salah satu faktor penting dalam kelangsungan hidup suatu perusahaan terutama pada perusahaan jasa yang bergerak di bidang perhotelan, karena penjualan merupakan sumber pendapatan bagi perusahaan tersebut. Oleh karena itu masalah penjualan perlu mendapat perhatian dalam