VISA: Journal of Visions and Ideas
Vol 4 No 3 (2024) 2335–2344 E-ISSN 2809-2058 P-ISSN 2809-2643
DOI: 47467/visa.v4i3.4133

Evaluasi Penerapan Sistem Pengendalian Internal dan Siklus Penjualan Online Berbasis WhatsApp pada CV Kurnia

Ershazkiya Raudlatishafa[1], Tituk Diah Widajantie[2]*
[1,2]Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia
tituk.widayantie.ak@upnjatim.ac.id[2]

ABSTRACT

In the era of globalization that continues to grow and develop, many companies are competing to expand their market reach and increase their income, one of which is by selling online. Online sales have revolutionized the way we do business, opening the gates of limitless opportunities in the digital era. This research aims to evaluate the implementation of the online sales cycle internal control system at CV Kurnia, explore the CV Kurnia online sales system. This research uses qualitative research methods which will be explained in a descriptive manner. The type of data that researchers use in this research is qualitative data, namely from the results of interviews and personal documentation. The evaluation results of CV Kurnia's internal control system show that the Company has implemented internal control which can be said to be quite good. However, there are still some shortcomings. Of the five elements of COSO internal control that still need to be improved are information and communication. Because there is still some limited information regarding online sales. The results of online sales cycle research have shown that online sales are running well and regularly.
Keywords: *internal control system, online sales cycle, COSO*

ABSTRAK

Di era globalisasi yang terus bertumbuh dan berkembang, banyak perusahaan berlomba-lomba memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan salah satunya dengan cara penjualan secara online. Penjualan online telah merevolusi cara kita berbisnis, membuka gerbang peluang tak terbatas di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk Mengevaluasi penerapan sistem pengandalian internal siklus penjualan online pada CV Kurnia, Menyelami sistem penjualan online CV Kurnia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian metode kualitatif yang akan dijelaskan dengan cara deskriptif. Jenis data yang peneliti gunakan pada peneilitan ini adalah data kualitatif yaitu dari hasil wawancara dan dokumentasi pribadi. Hasil evaluasi pada system pengendalian internal CV Kurnia menunjukkan bahwa Perusahaan telah melaksanakan pengendalian internal yang bisa dikatakan cukup baik. Namun masih terdapat beberapa kekurangan. Dari lima unsur pengendalian internal COSO yang masih harus ditingkatkan adalah informasi dan komunikasi. Karena masih terdapat beberapa informasi yang terbatas mengenai penjualan online. Hasil penelitian siklus penjualan online sudah menunjukkan bahwa penjualan online sudah berjalan dengan baik dan teratur.
Kata kunci: sistem pengendalian internal, siklus penjualan online, COSO

PENDAHULUAN

Di era globalisasi yang serba cepat, banyak perusahaan berlomba-lomba memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan. Salah satu strategi utama yang digunakan adalah memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, memastikan mereka puas dalam setiap transaksi. Kualitas pelaayanan sangat

Vol 4 No 3 (2024) 2335–2344 E-ISSN 2809-2058 P-ISSN 2809-2643
DOI: 47467/visa.v4i3.4133

memengaruhi Keputusan konsumen, kepuasan konsumen, juga memengaruhi loyalitas konsumen yang akan terus berlangganan ke suatu Perusahaan (Jufriyanto. Moh, 2020). Namun, seiring berkembangnya teknologi dan perubahan gaya hidup, konsumen kini lebih memilih kemudahan dan kepraktisan. Berkembangnya teknologi terutama pada perkembangan internet sudah memberikan perubahan bagi kehidupan manusia termasuk juga perubahan perilaku konsumen (Rosdiana et al., 2019). Tren ini mendorong banyak perusahaan retail untuk beralih ke ranah online, membuka platform penjualan online untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas. Pergeseran ke arah penjualan online ini menjadi kunci untuk bertahan dan berkembang di era digital. Dengan mengadopsi strategi ini, perusahaan retail dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, memaksimalkan potensi pasar, dan mencapai tujuan bisnisnya dengan lebih optimal. Penjualan online bukan hanya untuk meningkatkan penjualan tapi juga memberikan akses yang lebih potensial ke pasar global yang sulit diraih sebelumnya, juga untuk memenangkan persaingan dalam pasar yang seiring berjalannya waktu semakin sulit(Asyifah et al., 2023).

Penjualan online telah merevolusi cara kita berbisnis, membuka gerbang peluang tak terbatas di era digital. Penjualan adalah salah satu kegiatan ekonomi yang menjadi dasar dalam kegiatan ekonomi. Penjualan melibatkan adanya penjual dan pembeli yang menyerahkan barang bisa berupa produk atau jasa(Rohali et al., 2020). Penjualan diawali dari adanya pembeli yang menyerahkan barang yang ingin dia beli, lalu penjual memberikan barang tersebut dengan imbalan bayaran yang diberikan oleh pembeli. Siklus penjualan ini sangat penting dikarenakan penjualan dapat memberikan strategi pengatur penjualan sesuai dengan rencana awal. Menurut Romney dan Steinbart (2012) mengatakan "siklus penjualan merupakan sebuah serangkaian kegiatan usaha dan operasi pengolahan sistem terkait dengan penyediaan barang dan jasa kepada pelanggan dan mengumpulkan uang tunai dalam pembayaran untuk tujuan tersebut" (Surya & Hananto, 2017). Transaksi jual beli kini dapat dilakukan tanpa batasan ruang dan waktu, melalui perantara internet. Kemudahan akses informasi dan berbagai platform media sosial, seperti WhatsApp yang populer di Indonesia, menjadi pendorong utama bagi pertumbuhan pesat penjualan online.

WhatsApp memiliki banyak keunikan yang menunjang penjualan online seperti banyak fitur yang disuguhkan untuk memudahkan penggunanya untuk membuat penjualan online dengan promosi secara online dan berkomunikasi secara real time (Murdiani et al., 2022). WhatsApp merupakan salah satu media sosial yang menjadi aplikasi penerima dan pengirim pesan yang ada pada *smartphone*. WhatsApp memiliki fungsi yang hampir sama dengan SMS, namun aplikasi WhatsApp ini tidak menggunakan pulsa melainkan menggunakan internet untuk mengoperasikannya. Aplikasi ini didesain bisa mengirim dan menerima pesan, gambar, video, bahkan suara (Meshvara Sahid, 2020). WhatsApp menjadi salah satu aplikasi yang sangat banyak penggunanya. Aplikasi ini merupakan teknologi Instan Messenger semacam SMS yang beroperasi dengan data internet. Memberikan berbagai fitur unik yang mendukung kemudahan dalam penggunaannya (Gafi et al., 2020). Pengusaha memanfaatkan platform ini untuk menjangkau pelanggan secara lebih luas dan

Vol 4 No 3 (2024) 2335–2344 E-ISSN 2809-2058 P-ISSN 2809-2643
DOI: 47467/visa.v4i3.4133

menjalin komunikasi yang interaktif. Pelanggan pun dimudahkan dalam mencari produk yang diinginkan, menanyakan informasi detail, dan melakukan pemesanan dengan mudah. Kecepatan dan kelengkapan informasi menjadi nilai tambah yang mendorong minat masyarakat untuk berbelanja online. Penjualan online menghadirkan berbagai keuntungan, baik bagi perusahaan maupun konsumen. Perusahaan dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan mendapatkan akses ke data pelanggan yang berharga. Di sisi lain, konsumen dimanjakan dengan kemudahan berbelanja, pilihan produk yang lebih beragam, dan akses informasi yang lebih cepat.

Sistem pengendalian internal menjadi salah satu kunci kesuksesan suatu Perusahaan. Terutama pada penjualan online sangat dibutuhkan pengendalian internal yang baik. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana sistem pengendalian internal yang baik untuk siklus penjualan online di suatu Perusahaan. Mengetahui apakah di suatu Perusahaan sudah memiliki sistem pengendalian yang baik dan siklus penjualan online yang efektif dan efisien. Penelitian ini penting untuk dilakukan guna membantu Perusahaan yang akan diteliti agar menjadi bahan evaluasi. Sistem pengendalian internal adalah suatu pengawasan yang sangat diperlukan keberadaanya untuk mempertegas mengenai wewenang dan juga tanggung jawab pada suatu perusahaan atau organisasi. Menurut Mulyadi (2014) pengendalian internal meruapan sistem yang berisi struktur organisasi, metode serta ukuran yang ditujukan untuk menjaga aset Perusahaan (Arifudin et al., 2020). Sebuah pengendalian internal harus dilaksanakan dengan baik pada suatu perusahaan atau organisasi. Hal ini dikarenakan dengan pengendalian internal perusahaan bisa mengurangi risiko terjadinya kesalahan. Kesalahan dapat terjadi dengan berbagai cara seperti kecurangan, penyelewangan jabatan, dan penyalahgunaan otoritas. Sistem pengendalian sendiri bertujuan untuk memilimalisir terjadinya hal-hal yang tidak direncanakan sebelumnya.

Sistem pengendalian internal memiliki suatu badaan yaitu COSO yang dibentuk pada tahun 1985. COSO didirikan untuk mengidentifikasi risiko yang bisa menyebabkan terjadinya penggelapan laporan keuangan. Pengendalian internal memiliki enam elemen yang menjadi dasar yaitu karyawan yang memiliki sifat jujur dan cakap, memiliki pemisahan wewenang juga tugas yang jelas, memiliki tanggung jawab yang jelas, memiliki prosedur yang tepat dalam pemberian otoritas, serta catatan yang lengkap (Putri & Endiana, 2020). COSO juga menjelaskan sistem pengendalian internal memiliki lima komponen yaitu lingkungan pengendalian, penilaian risiko, informasi dan komunikasi, aktivitas pengendalian, serta pemantauan (Putri & Endiana, 2020). Pengendalian internal juga dapat didefinisikan dengan proses yang dipengaruhi dengan sumber daya manusia juga teknologi informasi yang disusun untuk membantuk suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya (Lestari & Dewi, 2020).

Terdapat beberapa penelitian yang juga meneliti mengenai efektivitas sistem pengendalian internal. Salah satu penelitian dilakukan pada tahun 2021 yang menghasilkan bahwa terdapat lima komponen pengendalian internal yang dibutuhkan untuk bisa mengatakan apakah sistem pengendalian internal pada suatu

Vol 4 No 3 (2024) 2335–2344 E-ISSN 2809-2058 P-ISSN 2809-2643
DOI: 47467/visa.v4i3.4133

Perusahaan bisa dikatakan baik atau tidak. Lima komponen tersebut adalah lingkungan pengendalian, penentuan risikom aktiviitas pengendalian, informasi dan komunikasi, dan aktivitas pemantauan (Hastuti et al., 2021).

Penelitian sistem pengendalian internal lain juga ada pada tahun 2022. Penelitian tersebut juga menggunakan lima komponen pengendalian internal untuk menentukan bagaimana keadaan sistem pengendalian internal suatu Perusahaan. Pengendalian internal sendiri adalah bagian dari sistem yang dijadikan acuan untuk kegiatan operasional suatu Perusahaan atau suatu organisasi (Lusiana & Arfamaini, 2022).

Berdasarkan apa yang sudah dijabarkan pada pendahuluan di atas, peneliti bertujuan untuk melakukan penelitian untuk mengevaluasi penerapan sistem pengandalian internal siklus penjualan online pada CV Kurnia, Menyelami sistem penjualan online CV Kurnia, serta mengusulkan rekomendasi perbaikan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi. Peneliti berharap ke depannya penelitian ini bisa menjadi acuan untuk mengetahui bagaimana sistem pengendalian internal bisa dikatakan baik atau tidak mengenai siklus penjualan online di suatu Perusahaan di kemudian hari.

Rumusan masalah berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan sistem pengandalian internal dan siklus penjualan online pada CV Kurnia. Penelitian ini bertujuan untuk Mengevaluasi penerapan sistem pengandalian internal siklus penjualan online pada CV Kurnia, Menyelami sistem penjualan online CV Kurnia, serta mengusulkan rekomendasi perbaikan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian metode kualitatif yang akan dijelaskan dengan cara deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan semua data juga keadaan fakta yang terjadi pada subjek/objek penelitian yang kemundian akan dianalisa berdasarkan teori. Jenis data yang peneliti gunakan pada peneilitan ini adalah data kualitatif yang mana yaitu dari hasil wawancara dan dokumentasi pribadi. Menurut Sugiono (2012) data kuaitatif adalah data yang didapatkan dari wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, memo, juga dokumen resmi lainnya (Manansal et al., 2021). Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan data yaitu wawancara yang dilakukan dengan para karyawan Perusahaan dan observasi lapangan terhadap proses yang terjadi pada penjualan online sehingga data yang dihasilkan adalah data berupa kata-kata yang dirangkum menjadi data mengenai prosedur dan sistem pengendalian internal yang sedang berjalan di dalam Perusahaan. Penelitian ini menggunakan sumber data data primer yang didapatkan dari wawancara langsung dengan karyawan dan juga dokumen terkait penjualan online serta sistem pengendalian internalnya. Analisis data pada penelitian ini adalah dengan melakukan thematic analysist, yaitu metode menganalisis dan melaporkan tema atau pola yang ada dalam data (Lusiana & Arfamaini, 2022). Penelitian ini akan meneliti sebuah perusahaan retail yang bernama CV Kurnia.

VISA: Journal of Visions and Ideas
Vol 4 No 3 (2024) 2335–2344 E-ISSN 2809-2058 P-ISSN 2809-2643
DOI: 47467/visa.v4i3.4133

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem Pengendalian Internal CV Kurnia

Tabel 1. Komponen Sistem Pengendalian Internal

No.	Komponen	Hasil Wawancara
1.	Lingkungan Pengendalian	CV Kurnia memiliki divisi-divisi yang memiliki tugas masing-masing. Pembagian tugas dan pembagian wewenang yang jelas.
2.	Penilaian Risiko	CV Kurnia mengidentifikasi risiko yang akan terjadi dan melakukan analisis terhadap risiko. Mencari tahu bagaimana cara mengatasinya.
3.	Kegiatan Pengendalian	Tampak jelas mengenai pembagian tugas. Otorisasi yang dijalan kan oleh masing-masing SPV berjalan dengan semestinya.
4.	Informasi dan Komunikasi	Sistem informasi yang menghasilkan laporan yang memuat informasi mengenai operasional perusahaan. Komunikasi menghadapi sedikit kendala.
5.	Pemantauan	Masih pada tahap pemantauan yang dilakukan oleh pihak eksternal untuk pemantauan sistem pengendalian internalnya.

Sumber: Informan, (diolah oleh peneliti 2024)

Hasil wawancara menunjukkan bahwa dapat disimpulkan sistem pengendalian inyernal CV kurnia merujuk pada lima komponen pengendalian internal. Hal ini menunjukkan CV Kurnia memiliki langkah awal yang baik dalam pengendalian internalnya. Proses pengendalian internal ini adalah langkah awal yang mendasari berjalannya usaha di CV Kurnia agar menjadi lebih baik terutama ada sektor penjualan online.

Pelaksanaan penelitian dilakukan dengan wawancara karyawan CV Kurnia. Hasil wawancara diolah sehingga menghasilkan suatu Kesimpulan mengenai sistem pengendalian internal pada CV Kurnia. Sistem pengendalian internal memiliki lima unsur seperti yang sudah dijelaskan pada pendahuluan. Dari hasil wawancara dengan para karyawan, sistem pengendalian pada CV kurnia digambarkan sebagai berikut:

1. Lingkungan pengendalian
   Unsur lingkungan pengendalian ini menjadi tolok ukur yang bisa memberikan gambaran dari sistem pengendalian internal. Jika unsur ini dapat dikatakan

Vol 4 No 3 (2024) 2335–2344 E-ISSN 2809-2058 P-ISSN 2809-2643
DOI: 47467/visa.v4i3.4133

baik maka unsur lainnya akan bisa dikatakan baik juga. Dari hasil wawancara terlihat bahwa CV Kurnia sudah memiliki pembagian tugas atau wewenang sesuai dengan yang ditugaskan. Seperti tanggung jawab mengenai penjualan online, di mana setiap divisi sudah mengetahui setiap tugas yang harus dikerjakan. Namun masih terdapat lingkungan pengendalian lainnya yang belum terimplementasi dengan baik, seperti Ketika penjualan online masih belum ada SOP yang tertulis dengan jelas. Meski begitu Penjualan online bisa dikatakan cukup efektif dikarenakan pengendalian wewenang yang baik.

2. Penilaian risiko
   Unsur penilaian risiko bertujuan untuk mengetahui seberapa system pengendalian dapat mengidentifikasi, menganalisis, dan mengatasi atau bahkan mengurangi risiko yang ada, terutama pada penjualan onlne. Berdasarkan hasi wawancara penilaian risiko yang dilakukan CV Kurnia sudah berjalan cukup baik. Di mana terdapat risiko berupa retur atau barang yang dipesan akan dijual kepada pelanggan lain. Hal tersebut sudah dapat diatasi dengan baik.
3. Kegiatan pengendalian
   Pada unsur kegiatan pengendalian ini, diidentifikasi dengan pembagian tugas dan wewenang, otorisasi, dan pencatatan dokumen. Hasil wawancara mengatakan bahwa pada siklus penjualan online dalam pembagian tugas dan wewenang sudah tampak jelas yaitu bagian penerimaan pesanan oleh customer service, pengemasan barang oleh gudang, dan pencatatan pendapatan oleh finance dan accounting. Otorisasi juga sudah dilaksanakan oleh masing-masing SPV di masing-masing divisi. Namun Pencatatan dan dokumentasi masih bisa dikatakan kurang efektif dikarenakan terdaapat beberapa bukti dokumen yang dikirimkan melakui media sosial WhatsApp yang memiliki sedikit risiko mengenai hilangnya bukti dan keterlambatan dalam penginputan pada sistem.
4. Informasi dan komunikasi
   Unsur ini mencakup dua yaitu informasi dan komunikasi. Informasi yang dimaksud yaitu sistem informasi yang akan menghasilkan laporan di mana pada laporan akan memuat informasi mengenai operasional Perusahaan, keuangan yang secara tidak langsung menggambarkan keadaan suatu Perusahaan. CV Kurnia terhadap informasi dan komunikasi bisa dikatakan belum cukup efektif. Hal ini dapat disimpulkan karena terdapat beberapa informasi yang terbatas aksesnya sehingga pengendalian mengenai penjualan online sedikit terdampak.
5. Pemantauan
   Unsur pemantauan ini berdasarkan hasil wawancara masih pada tahapan pemantauan. Di mana CV Kurnia sedang melakukan pemantauan sistem pengendalian internalnya dengan pihak yang berkompetensi untuk meningkatkan kondisi sistem pengendalian internalnya.

VISA: Journal of Visions and Ideas
Vol 4 No 3 (2024) 2335–2344 E-ISSN 2809-2058 P-ISSN 2809-2643
DOI: 47467/visa.v4i3.4133

Siklus Penjualan Online CV Kurnia

Tabel 2. Siklus Penjualan Online

No.	Divisi	Hasil Wawancara
1.	Customer Service (CS)	Pelanggan melakukan pemesanan kepada CS melalui media Whatsapp. Menginformasikan kepada gudang. Dan memberikan bukti pembayaran ke finance.
2.	Gudang	Gudang menerima pesanan dari CS. Melakukan pengecekan barang di gudang. Menyiapkan barang pesanan dan packing untuk pengiriman.
3.	Finance	Melakukan penginputan kas masuk ke dalam sistem dari bukti pembayaran yang dikirim oleh CS.
4.	Accounting	Melakukan rekonsiliasi dari data yang telah diinput oleh finance dengan data yang didapatkan dari mutasi bank.

Sumber: Informan, (diolah oleh peneliti 2024)

Tabel di atas menunjukkan hasil wawancara yang dilakukan bersama karyawan yang berhubungan langsung dengan kegiatan penjualan online pada CV Kurnia. Hasil wawancara memperlihatkan bagaimana siklus penjualan online di CV Kurnia berjalan. Dimulai dari pemesanan barang dari pelanggan hingga pencatatan uang masuk dan rekonsiliasi. Pada siklus penjualan online terlihat bahwa divisi yang saling bekaitan adalah divisi CS, Gudang, Finance, dan Accounting.

Menurut Romney dan Steinbart (2012) mengatakan "siklus penjualan merupakan sebuah serangkaian kegiatan usaha dan operasi pengolahan sistem terkait dengan penyediaan barang dan jasa kepada pelanggan dan mengumpulkan uang tunai dalam pembayaran untuk tujuan tersebut" (Surya & Hananto, 2017) Berdasarkan hasil wawancara, siklus penjualan online melibatkan beberapa divisi yaitu divisi customer service, finance, accounting, dan Gudang. Siklus penjualan online dimulai dari pelanggan yang menghubungi customer service melalui media sosial WhatsApp. Jika dijabarkan maka Ketika terjadinya siklus penjualan online maka tugas dari divisi yang terlibat adalag sebagai berikut:

1. Cutormer Service.
   Pelanggan melakukan pesanan melalui Cutormer Service. Cutormer Service menerima pesanan dan membuat pencatatan pesanan penjualan melalui sistem IPOS dan Spreadsheet. Cutormer Service mengirimkan informasi mengenai pesanan barang kepada Gudang untuk dilakukan pengecekkan barang pesanan. Setelah mendapatkan konfirmasi dari Gudang Cutormer Service akan meneruskan informasi tersebut kepada pelanggan dan menyarankan pembayaran. Cutormer Service setelah pembayaran membuat

Vol 4 No 3 (2024) 2335–2344 E-ISSN 2809-2058 P-ISSN 2809-2643
DOI: 47467/visa.v4i3.4133

faktur yang akan diberikan kepada Gudang dan mencatat ke dalam sistem. Bukti pembayaran dari pelanggan akan dikirmkan kepada Finance. Customer Service akan menyampaikan informasi terkait pesanan kepada pelanggan.

2. Gudang.
   Menerima pesanan dari Cutormer Service. Melakukan cross check terhadap barang yang dipesan mengenai keadaan serta ketersediaan barang dan memberikan konfirmasi kepada Cutormer Service. Setelah menerima faktur dari Cutormer Service, akan dilanjutkan dengan penyiapan barang pesanan, pengemasan, dan pengiriman. Pengiriman yang dipilih tergantung oleh pelanggan. Dapat menggunakan ekspedisi atau dengan driver COD dari CV kurnia.
3. Finance.
   Menerima bukti pembayaran dari Cutormer Service. Melakukan penginputan bukti pembayaran ke dalam system secara berkala setiap harinya. Melakukan validasi atau pengecekkan bukti kas masuk dengan data mutasi kas dan bank.
4. Accounting.
   Bertugas untuk melakukan rekonsiliasi bank atau mencocokkan rekening koran dan buku besar kas.

Pada proses penjualan online CV kurnia menggunakan WhatsApp sebagai medianya. Tidak hanya pada saat proses pelanggan melakukan pemesanan barang, namun juga pada saat komunikasi antar divisi dan penyetoran laporan. Sistem penjualan online CV Kurnia memiliki rangkaian yang kegiatannya menyangkut penyediaan barang hingga pembayaran. Siklus penjualan online yang benar berututan dimulai dari pelanggan yang melakukan pemesanan. Hal ini sudah terlaksana dengan baik di mana pelanggan telah pelakukan pesanan melalui CS. Selanjutnya penjual yang menyerahkan barang. Penyerahan barang dalam penjualan online yaitu dengan dikirim melalui ekspedisi maupun driver yang sudah disediakan oleh Perusahaan. Setelah itu pelanggan akan melakukan pembayaran yaitu dengan melalui transfer ke rekening bank Perusahaan. Hal ini akan dilanjutkan dari CS menuju Finance yang nanti datanya akan diolah lalu berakhir di Accounting untuk dilakukannya rekonsiliasi.

Suatu pengendalian internal harus dilakukan atau harus berjalan secara efektif agar terhindar dari terjadinya kesalahan, penipuan, atau kecurangan yang bisa dilakukan dari pihak internal maupun eksternal Perusahaan. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa system pengendalian internal yang ada pada CV Kurnia bisa dikatakan cukup baik. hal ini bisa dilihat dari lima unsur pengendalian internal yang sudah dibahas meskipun masih terdapat beberapa pengendalian yang belum sempurna.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada penjualan online sangat dibutuhkan suatu sistem pengendalian agar kegiatan penjualan online dapat terlaksana dengan baik. Pengendalian internal pada prosedur penjualan online di CV Kurnia sangat diperlukan untuk mengurangi atau bahkan mencegah adanya kesalahan, kecurangan, atau penipuan. Sistem

Vol 4 No 3 (2024) 2335–2344 E-ISSN 2809-2058 P-ISSN 2809-2643
DOI: 47467/visa.v4i3.4133

pengendalian internal dapat dilihat seberapa efektif dengan menelusuri apakah Perusahaan atau CV Kurnia sudah memenuhi lima unsur pengendalian internal yaitu lingkungan pengendalian, penentuan risiko, aktiviitas pengendalian, informasi dan komunikasi, serta aktivitas pemantauan.

Hasil evaluasi pada system pengendalian internal CV Kurnia menunjukkan bahwa Perusahaan sudah melakukan pengendalian internal yang bisa dikatakan cukup baik. Namun masih terdapat beberapa kekurangan. Dari lima unsur pengendalian internal yang masih harus ditingkatkan adalah informasi dan komunikasi. Karena masih terdapat beberapa informasi yang terbatas mengenai penjualan online. Tentu keempat unsur lainnya tidak bisa dikatakan sempurna juga namun pengendalian internal CV Kurnia sudah dapat dikatakan cukup baik. Siklus penjualan online berbasis WhatsApp yang dilakukan oleh CV Kurnia juga sudah dilaksanakan dengan baik dan teratur sehingga bisa berjalan dengan lancar dan terorganisir.

Ketika suatu sistem pengendalian internal tidak dilaksanakan dengan efektif maka akan timbul beberapa permasalahan. Oleh karena itu terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan yaitu CV Kurnia dapat menulis SOP tertulis yang akan dibagikan kepada masing-masing divisi untuk melancarkan dan memastikan proses penjualan online bisa tepat. Penyediaan sarana dan fasilitas yang membantu untuk kelancaran penjualan online. Serta peningkatan pada sistem informasi dan komunikasi dalam Perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Arifudin, O., Juhadi, & Sofyan, Y. (2020). Pengaruh Sistem Pengendalian Internal dan Audit Internal terhadap Pelaksanaan Good Corporate Governance. *JEMASI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, *6*.

Asyifah, A., Syafi'i, A., Hanipah, & Ispiyani, S. (2023). Pengembangan Aplikasi E-Commerce untuk Peningkatan Penjualan Online. *Action Research Literate*, *7*.

Gafi, A. Al, Hidayat, W., & Tarigan, F. L. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial WhatsApp dan Booklet terhadap Pengetahuan dan Sikap Siswa tentang Rokok di SMA Negeri 13 Medan. *Jurnal Muara Sains, Teknologi, Kedokteran Dan Ilmu Kesehatan*, *3*(2), 281. https://doi.org/10.24912/jmstkik.v3i2.5656

Hastuti, Burhany, I. D., Rufaedah, Y., Mai, U. M., & Rochendi, H. (2021). Evaluasi Efektivitas Sistem Pengendalian Intern Piutang pada Perguruan Tinggi Negeri (Suatu Studi Kasus). *Jurnal Riset Akuntansi*, *13*(1).

Jufriyanto. Moh. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen pada Kualitas Pelayanan Kedai Kopi Shelter. *Jurnal Manajemen Dan Teknik Industri-Produksi*, *XX*(2), 79–90. https://doi.org/10.350587/Matrik

Lestari, N. L. W. T., & Dewi, N. N. S. R. T. (2020). Pengaruh Pemahaman Akuntansi, Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi dan Sistem Pengendalian Intern terhadap Kualitas Laporan Keuangan. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, *11*(2), 170–178. https://doi.org/10.22225/kr.11.2.1435.170-178

Vol 4 No 3 (2024) 2335–2344 E-ISSN 2809-2058 P-ISSN 2809-2643
DOI: 47467/visa.v4i3.4133

Lusiana, M. G., & Arfamaini, R. (2022). Evaluasi Penerapan Sistem Pengendalian Internal atas Penjualan Kredit pada PT Tri Tehnik Perkasa. *Jurnal Manajemen Keuangan Publik*, *6*(1), 32–49.

Manansal, A. R., Senduk, V. A., & Kambey, J. (2021). Evaluasi Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Kredit pada PT Bosowa Berlian Motor (Cabang Manado). *JAIM: Jurnal Akuntansi Manado*, *2*(3), 345–355.

Meshvara Sahid, H. (2020). Pengaruh Media Sosial WhatsApp terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa di Kabupaten Bogor Wilayah Selatan. *JTEV (JURNAL TEKNIK ELEKTRO DAN VOKASIONAL)*, *6*. http://ejournal.unp.ac.id/index.php/jtev/index

Murdiani, T., Jefri Andika, A., & Ilham Widiyanto, W. (2022). Pemanfaatan WhatsApp Group sebagai Media Promosi dalam Penjualan Online. *EKOMBIS Sains Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, *7*.

Putri, P. A. Y., & Endiana, I. D. M. (2020). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan Sistem Pengendalian Internal terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus pada Koperasi di Kecamatan Payangan). *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, *11*(2), 179–189. https://doi.org/10.22225/kr.11.2.1433.179-189

Rohali, E., Shodiq, N., & Anwar, S. A. (2020). Analisis Sistem Informasi Akuntansi Siklus Penjualan dan Penerimaan Kas untuk Meningkatkan Pengendalian Intern pada UD. Jaya Abadi Solution, Mojokerto. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang*, *9*.

Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, *11*(1).

Surya, S. P., & Hananto, H. (2017). Evaluasi Pengendalian Internal Siklus Penjualan pada CV Danisha Artamara di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, *6*(1).