

**LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)
PROSEDUR PENERIMAAN BARANG PADA PENJUALAN
ONLINE AF GROUP**



Oleh

Ika Dewi Lestari

(1562103)

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG
2019**

**KULIAH KERJA MAGANG (KKM)
PROSEDUR PENERIMAAN BARANG PADA PENJUALAN
ONLINE AF GROUP**



Oleh

Ika Dewi Lestari

(1562103)

Jombang, 23 April 2019

Mengetahui,

Damping Lapangan



(Samsul Arifin, S.T.)

Menyetujui,

Dosen Pembimbing Lapangan

(Dra. Yuniep Mujiati, S. M.Si.)

Mengesahkan,

Dosen Program Studi



(Agus Faufik Idrayat, SE., MM)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan petunjuk serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Kuliah Kerja Magang (KKM) ini untuk memenuhi salah satu prasyarat dalam menempuh matakuliah Kuliah Kerja Magang (KKM) pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) PGRI Dewantara Jombang.

Kuliah Kerja Magang (KKM) sebagai salah satu kegiatan yang wajib dilaksanakan oleh setiap mahasiswa dan merupakan kegiatan yang tersistematika, terprogram dengan rapi mengharuskan adanya perencanaan, penyusunan pelaksanaan, pelaporan dan pengevaluasian sehingga nantinya KKM tidak merupakan kegiatan yang serabutan tetapi merupakan kegiatan ilmiah dan mencerminkan akan dunia kampus yang kesemuanya harus didasarkan pada kaidah-kaidah keilmiahan dan sekali lagi bukan suatu kegiatan yang tak terorganisir.

Dengan dasar tersebut di atas maka dengan ini saya dari mahasiswa KKM STIE PGRI Dewantara Jombang yang bertempat di AF GROUP Kabupaten Mojokerto akan melaporkan kegiatan KKM. Laporan ini saya maksudkan agar dapat mendiskripsikan dan memberikan data-data yang valid tentang gambaran dan kegiatan KKM yang telah saya laksanakan di tempat tersebut.

Semoga laporan ini dapat memberikan gambaran secara jelas dan dapat menjadi acuan terhadap penilaian yang nantinya akan menjadi kesimpulan,berdasar dengan itu saran dan kritik yang konstruktif akan menjadi cambuk bagi penulis untuk lebih dapat menyempurnakan laporan ini.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dra. Yuniep Mujati S, M.Si. selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) PGRI Dewantara Jombang dan sekaligus Dosen Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan Laporan KKM ini.

2. Bapak Agus Taufik Hidayat, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) PGRI Dewantara Jombang.
3. Bapak Samsul Arifin, S.T.. selaku Owner AF GROUP yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan kegiatan KKM ini dan sekaligus pendamping lapangan yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama pelaksanaan KKM di AF GROUP.
4. Keseluruhan staf pegawai di AF GROUP yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengadakan penelitian ini serta membantu penulis dalam mendapatkan informasi dan keterangan-keterangan yang penulis perlukan, dan sekaligus menjadi teman yang telah memberikan dorongan serta semangat hingga terselesainya laporan KKM ini.
5. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan laporan KKM ini dan juga pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu dalam penulisan laporan KKM ini. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih dan berharap semoga laporan KKM ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Jombang, 23 April 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	1
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Kuliah Kerja Magang.....	2
1.4 Tempat Kuliah Kerja Magang.....	3
BAB II.....	4
2.1 Sejarah Perusahaan.....	4
2.2 Visi.....	4
2.3 Misi.....	4
2.4 Struktur Organisasi AF GROUP.....	5
2.5 Kegiatan Umum Perusahaan.....	6
BAB III.....	8
1.2 Kendala Yang Dihadapi.....	12
1.3 Cara Mengatasi Kendala.....	13
BAB IV.....	18
4.1 Kesimpulan.....	18
4.2 Saran.....	18
DAFTAR PUSTAKA.....	19
LAMPIRAN.....	20

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Struktur Organisasi.....	5
Gamba 3.1 Bagan Alir Sistem Informasi di Perusahaan.....	9

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.....	21
Lampiran 2.....	24

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kondisi persaingan yang semakin tinggi, peran kualitas produk menjadi semakin berpengaruh terhadap kemajuan suatu perusahaan dalam mencari konsumennya. Perusahaan yang ingin berkembang dan ingin lebih maju dituntut untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang mengarah kepada tindakan yang efisiensi. Dimana kegiatan yang efisiensi harus dapat memperhatikan kualitas dari barang atau jasa yang dihasilkan. Kegiatan efisiensi sangat berpengaruh untuk menekan biaya, yang bertujuan agar konsumen mampu menjangkau harga dari produk dan jasa yang dihasilkan tersebut. Konsumen merupakan bagian yang sangat penting dan berpengaruh dalam membentuk berjalannya sebuah perusahaan yang maju. Selain daripada itu konsumen juga berperan penting dalam menjalankan kelangsungan hidup sebuah perusahaan. Untuk itu perusahaan haruslah memperhatikan kualitas dari produk atau jasa yang mereka berikan kepada konsumen, agar dapat memenuhi kepuasan konsumen. Pada era globalisasi ini konsumen sudah menjadi lebih kritis dalam memilih produk atau jasa yang sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Konsumen juga memperhatikan antara biaya yang mereka keluarkan dengan manfaat yang akan mereka peroleh dari produk atau jasa tersebut.

Dalam aktivitas yang dilaksanakan oleh suatu bisnis untuk memperoleh, menghasilkan, serta menjual barang dan jasa. Para akuntan dan yang lain memiliki kepentingan dalam pemodelan proses bisnis. Beberapa model dari proses bisnis telah dikembangkan. Para akuntan memanfaatkan proses bisnis dalam bentuk siklus transaksi. Siklus transaksi (*transaction cycles*) mengelompokkan kejadian-kejadian terkait yang pada umumnya terjadi dalam suatu urutan tertentu.

Dalam bisnis juga perlu adanya pengendalian internal penting dari suatu organisasi dan risiko tidak tercapainya suatu tujuan. Bagaimana seseorang dapat menentukan risiko-risiko ini dengan menggunakan konsep terkait dengan siklus transaksi, kejadian, aktivitas, dan file.

Pengendalian atas persediaan harus segera dimulai saat persediaan diterima. Untuk memastikan persediaan yang di terima adalah barang yang dipesan, laporan penerimaan harus sesuai dengan pesanan pembelian barang yang dikeluarkan perusahaan. Pesanan pembelian memberi wewenang atas pembelian suatu barang dari pemasok. Begitu pula, harga persediaan yang dipesan seperti ditunjukkan dalam pesanan pembelian, harus dibandingkan dengan harga yang ditagihkan pemasok ke perusahaan, seperti ditunjukkan dalam faktur pemasok.

1.2 Tujuan Kuliah Kerja Magang

Selain bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Studi Program Sarjana (S1) Akuntansi, penulis juga ingin mengetahui bagaimana penerapan Sistem Informasi Akuntansi AF GROUP.

1.3 Manfaat Kuliah Kerja Magang

Berdasarkan tujuan magang diatas dapat diketahui manfaat magang sebagai berikut :

1) Bagi Akademik

Dibawah ini merupakan manfaat kegiatan magang bagi Akademik yaitu:

- a) Dapat menciptakan sumber daya manusia yang mempunyai kemampuan dan berpengalaman karena telah mengikuti kegiatan magang.
- b) Dapat menjalin hubungan baik antara instansi yang bersangkutan dengan perguruan tinggi.

2) Bagi Praktisi

Diharapkan agar dapat memberikan saran dan kritikan yang bersifat membangun untuk kesempurnaan yang lebih baik.

Diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai penerepan Sistem Informasi Akuntansi pada perusahaan online.

- a) Diharapkan agar dapat memberikan pemahaman lebih mengenai penerepan Sistem Informasi Akuntansi pada perusahaan online.
- b) Diharapkan agar dapat membantu dalam pengambilan keputusan yang terbaik dan sesuai pada bidangnya.
- c) Dapat membantu instansi yang bersangkutan dari segi tenaga kerja.

1.4 Tempat Kuliah Kerja Magang

Kuliah kerja magang (KKM) dilaksanakan pada AF GROUP yang beralamat di Jalan Raden Wijaya no 15a Trowulan Kabupaten Mojokerto Jawa Timur 61362.

1.5 Jadwal Kuliah Kerja Magang

Pelaksanaan Kuliah Kerja Magang (KKM) ini berlangsung selama 32 (tiga puluh dua) hari kerja, terhitung sejak tanggal 4 Maret 2019 s/d 04 April 2019. Dengan jadwal masuk setiap hari senin sampai sabtu, mulai pukul 08.00 WIB – 16.00 WIB.

BAB II

TINJAUAN UMUM

2.1 Sejarah Perusahaan

AF GROUP merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan online. Dengan komitmen untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen yang suka berbelanja online dan membantu pemasok untuk mengiklankan produk yang berkualitas.

AF GROUP beralamat di Jalan Raden Wijaya no 15a Trowulan Kabupaten Mojokerto Jawa Timur 61362.

Dalam sejarah perkembangannya AF GROUP telah mengalami beberapa perubahan dalam membantu orang-orang yang suka berbelanja online. Mulai terbentuknya perusahaan ini pada tanggal 12 Agustus 2018. Saat itu Owner masih memegang, mengatur, dan menjalankan usahanya sendiri.

Pada 12 September 2018 mulai merekrut karyawan untuk menjalankan usahanya agar lebih berkembang dan dapat lebih membantu menyalurkan kebutuhan konsumen kepada penjual. Saat ini terdapat tujuh staff yang terdiri dari satu Admin Inventory, empat Customer Service & Administrasi, dan dua Kasir.

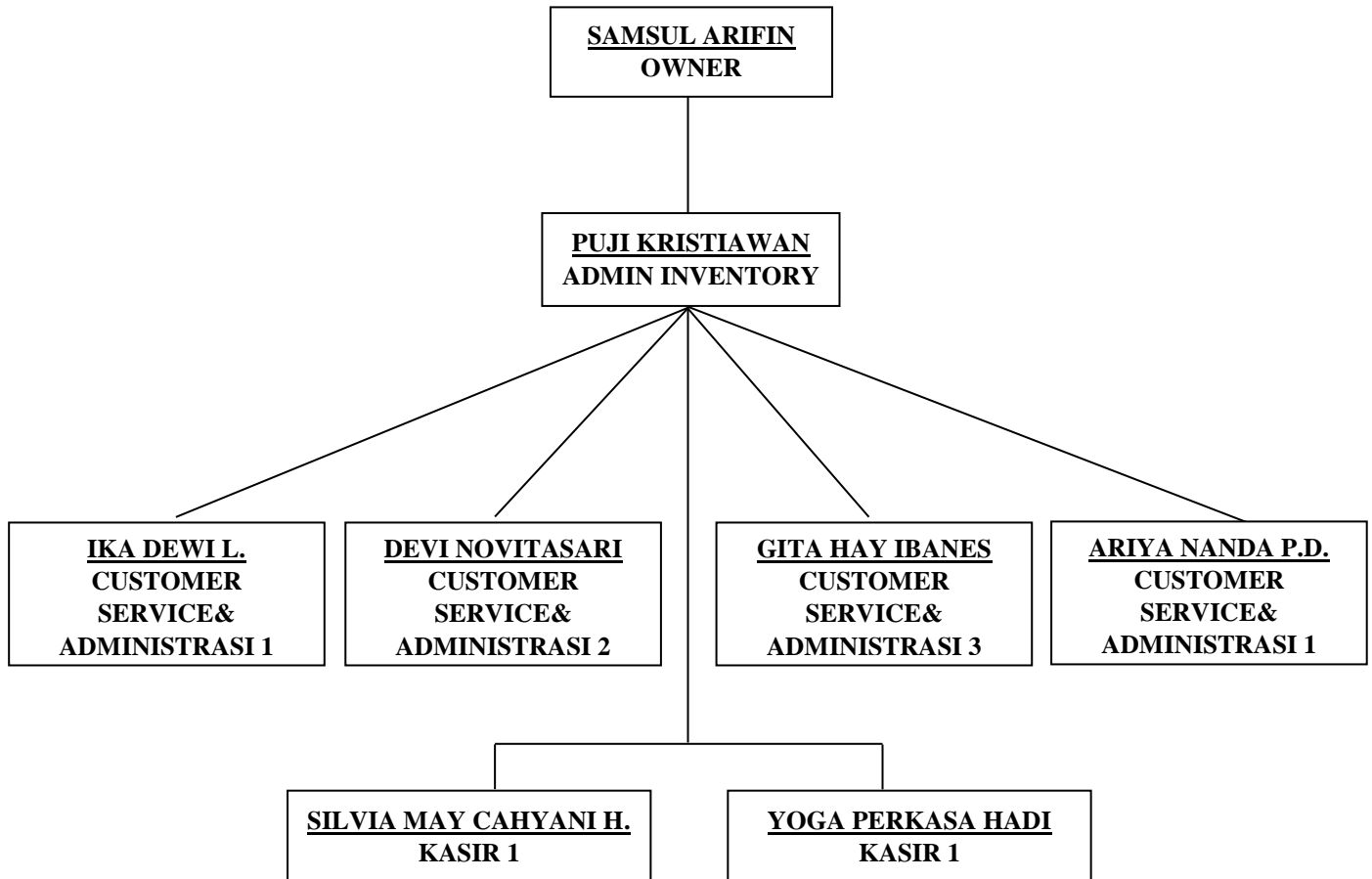
2.2 Visi

AF GROUP melayani pembeli dengan ramah dan terpercaya, serta menjalin silaturahmi dengan baik kepada penjual.

2.3 Misi

1. Mewujudkan keinginan pembeli untuk mendapatkan barang yang berkualitas dengan harga terjangkau.
2. Membantu penjual dalam berpromosi untuk meningkatkan nilai jual.
3. Meningkatkan kualitas pelayanan kepada pembeli.

2.4 Struktur Organisasi AF GROUP



2.5 Kegiatan Umum Perusahaan

1. Owner

Owner mempunyai tugas memimpin, mengendalikan dan mengawasi serta mengkoordinasikan proses kerja pada tiap staff. Memberi arahan serta informasi penting berkaitan dengan persediaan barang maupun aturan pada toko online. Selain itu juga bertugas mengambil keputusan penting untuk kemajuan perusahaan ini.

2. Admin Inventory

Admin Inventory bertanggungjawab mengelola stock barang yang tersedia dari pemasok maupun yang sedang di pasarkan.

3. Customer Service & Administrasi

Customer Service dan Administrasi memberikan pelayanan yang prima kepada para pelanggan serta selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Menjadi bagian terdepan dalam melayani pelanggan yang memiliki masalah-masalah mengenai produk perusahaan. Menjadi pendengar dan melayani dengan baik dan ramah setiap pertanyaan, aduan dan permintaan pelanggan dengan baik serta memberikan solusi atas masalah-masalah pelanggan. Selalu memberikan perhatian kepada setiap pelanggan dengan sopan dan berbicara dengan bahasa yang mudah dimengerti. Membina hubungan baik dengan pelanggan. Jika tercipta hubungan yang baik, maka customer akan merasa puas, senang dan semakin percaya kepada layanan produk perusahaan. Customer Service dituntut untuk dapat memberikan informasi-informasi terkait kebutuhan pelanggan serta mampu menampung semua keluhan-keluhan dari pelanggan.

Selain sebagai Customer Service, juga sebagai Administrasi setelah melayani permintaan pelanggan, jika terdapat transaksi dan sudah diproses maka tugas selanjutnya adalah entry data penjualan.

4. Kasir 1

Menjalankan proses penjualan dan pembayaran. Melakukan transfer ke pemasok jika terdapat pesanan dari pembeli.

5. Kasir 2

Melakukan tarik dana ke rekening perusahaan dari akun shopee atau bukalapak saat proses transaksi selesai atau saat barang sudah diterima oleh pembeli.

BAB III

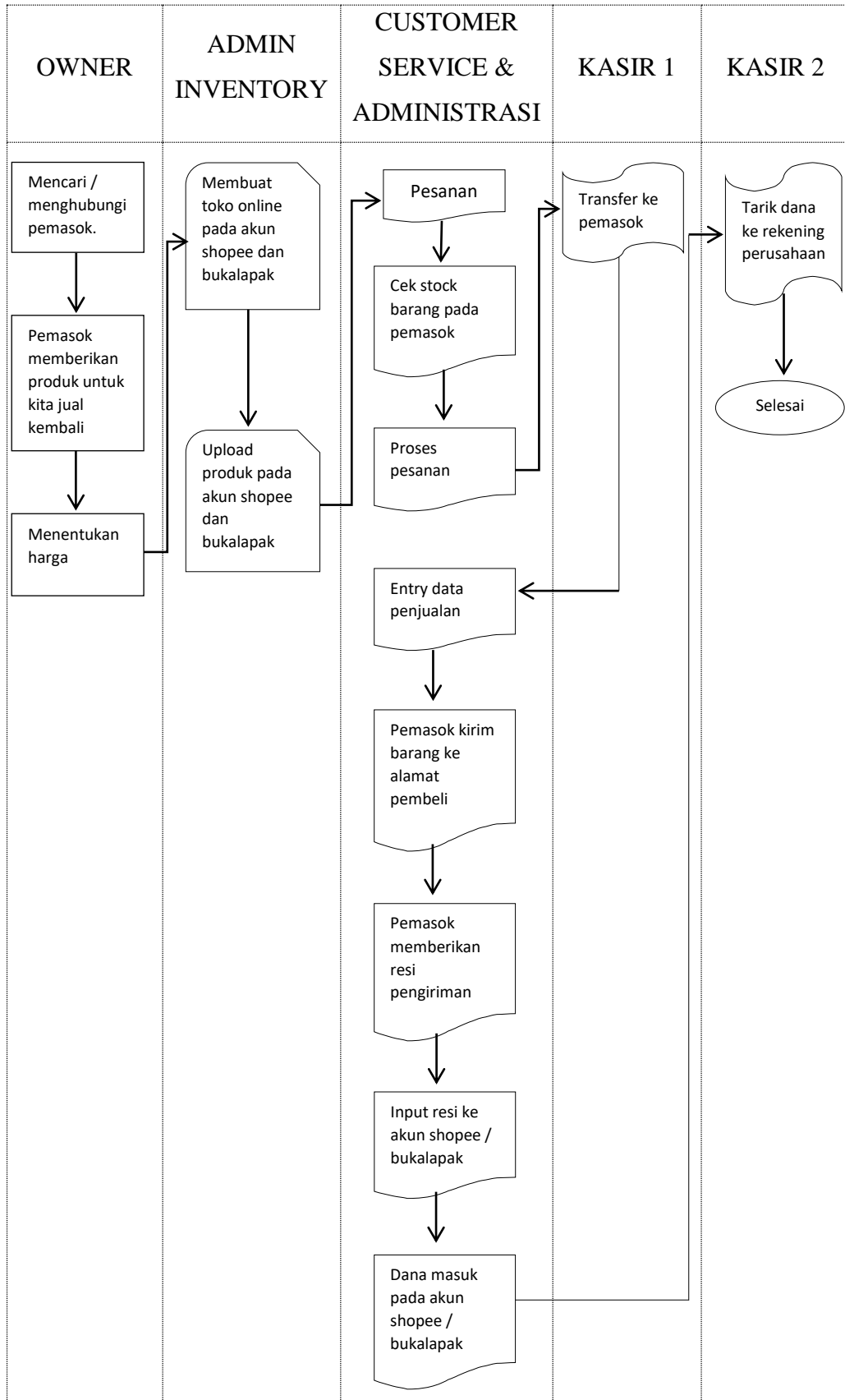
PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)

3.1 Sistem Kerja yang Dilakukan di AG GROUP

Selama kegiatan KKM di AF GROUP berlangsung, penulis mengikuti peraturan yang berlaku pada AF GROUP. Sistem kerja di institusi ini adalah enam hari kerja yaitu Senin sampai Sabtu . Kegiatan di mulai pukul 08.00-16.00 WIB sesuai *jobdesc* masing-masing.

Sistem magang keahlian AF GROUP yang dilaksanakan mahasiswa STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG difokuskan pada bidang pelayanan kepada customer baik itu pertanyaan dari customer maupun keluhan pada customer, menawarkan berbagai produk yang dimiliki oleh pemasok kepada pembeli melalui toko online, melakukan proses pesanan penjualan dari customer dan menghubungkan ke pemasok, dan kemudian entry data penjualan. Produk yang ditawarkan berbagai macam. Terdapat produk dalam kategori fashion (fashion anak sampai dewasa, fashion muslim, perlengkapan ibadah, pakaian kantor, pakaian olahraga, pakaian adat, baju renang, tas wanita dan pria, sandal wanita dan pria, sepatu wanita dan pria, dan aksesoris wanita), sparepart motor, mobil dan handphone, aksesoris handphone dan komputer, perabotan (perlengkapan dapur dan perlengkapan rumah tangga), dan alat tulis.

Berikut bagan alir sistem informasi pada AF GROUP:



Owner mencari/menghubungi pemasok terpercaya untuk mendapatkan produk berkualitas dan meminta izin untuk memposting produknya. Mencari pemasok tidak hanya satu pemasok. Karena yang di jual tidak hanya satu jenis produk. Meminta rincian atau deskripsi produk untuk diiklankan di shopee atau bukalapak, juga meminta gambar produknya.

Pemasok setuju produknya diiklankan. Meminta izin terlebih dahulu karena ada beberapa pemasok yang tidak ingin produknya diiklankan.

Owner memberi harga pada produk yang sudah termasuk keuntungannya. Pemasok memberi harga grosir dan pengambilan keuntungan sesuai harga pasaran.

Admin Inventory membuat toko online pada akun shopee dan bukalapak dengan memberi keterangan pada toko, jam pelayanan, ekspedisi pengiriman, dan alamat toko.

Admin Inventory upload produk pada akun shopee dan bukalapak beserta rincian atau deskripsi produk, input harga dan berat produk yang dijual.

Customer Service menerima pesanan. Pembeli telah membayar pesanan yang dananya masih di tahan oleh shopee atau bukalapak.

Customer Service menghubungi pemasok untuk menanyakan stok barang yang dipesan dari pembeli. Memastikan barang yang dipesan benar-benar tersedia dengan kualitas baik dan tanpa ada kekurangan sesuai deskripsi produk yang diiklankan.

Barang masih tersedia lalu memproses pesanan dengan memberikan alamat pengiriman ke pemasok.

Customer Service mengkonfirmasi pesanan ke Kasir 1, untuk segera transfer ke pemasok sejumlah harga produk yang di tetapkan oleh pemasok.

Customer Service entry data transaksi ke laporan data penjualan per hari ini, langsung membuat laporan begitu selesai transaksi dan tidak boleh di tunda.

Pemasok langsung mengirim barang ke alamat tujuan yang di berikan pembeli melalui ekspedisi JNE atau JNT (ekspedisi tergantung permintaan pembeli).

Customer Service menerima resi dari pemasok. Pemasok mendapatkan nomor resi pengiriman barang tersebut dari ekspedisi JNE atau JNT lalu menginformasikan pada customer service nomor resi tracking yang bisa dilacak. Dengan adanya nomor resi, pembeli atau customer service dapat mengetahui bahwa barang benar-benar dikirim oleh pemasok.

Pesanan diterima pembeli dan pembeli klik selesai pada transaksi, maka dana akan masuk pada akun shopee atau bukalapak. Jika pembeli belum klik selesai maka dana tidak akan masuk, sehingga customer service perlu untuk mengingatkan pembeli untuk menyelesaikan pesannya.

Kasir 2 tarik dana dari akun shopee atau bukalapak ke rekening perusahaan.

Mahasiswa di tugaskan dibagian customer service dan administrasi. Dengan harapan mahasiswa dapat mengetahui sistematika pelayanan terhadap customer dan entry data-data keuangan di dunia kerja khususnya pada perusahaan AF GROUP. Sehingga mahasiswa lebih memahami bagaimana cara melayani customer dengan baik dan melakukan pelaporan keuangan dengan baik.

Berikut adalah kegiatan-kegiatan yang dilakukan selama melakukan kegiatan magang di AF GROUP :

1. Melayani Customer

Dalam melayani customer, di tugaskan untuk membalas pesan masuk dari customer. Biasanya berupa pertanyaan-pertanyaan dari customer,

baik itu mengenai ketersediaan produk, kualitas produk, estimasi pengiriman, maupun ekspedisi pengiriman.

2. Memproses Pesanan

Memproses pesanan jika ada pesanan dari pembeli. Dalam kegiatan ini, berkomunikasi tidak hanya dengan pembeli, tetapi juga dengan pemasok. Menanyakan produk pada pemasok tentang produk yang di pesan oleh pembeli. Apakah produk masih tersedia, dan kualitas produk apakah sudah baik dan sesuai dengan deskripsi yang diberikan oleh pemasok. Kemudian memesan produk yang di pesan oleh pembeli dengan memberikan rincian alamat tujuan pengiriman.

3. Entry Data Penjualan

Entry data penjualan ke laporan keuangan harian.

1.2 Kendala Yang Dihadapi

1. Kualitas Produk

Kualitas produk pesanan yang diterima oleh pembeli ketika barang sudah sampai pada pembeli terkadang kualitas buruk atau tidak sesuai dengan pesanan. Perusahaan ini tidak mengetahui fisik produk yang dijual hanya mengetahui melalui informasi dari pemasok. Ketika ada pesanan, produk dari pemasok langsung dikirimkan ke alamat tujuan dari pembeli. Sehingga perusahaan tidak tahu bagaimana kualitas apakah sudah sesuai pesanan atau tidak.

2. Jumlah Barang yang Dikirim Tidak Sesuai Pesanan

Pemasok juga sering mengirim barang dengan jumlah yang kurang dari pesanan pembeli. Misalnya, pembeli memesan dua produk yang dikirim hanya satu.

Pemasok tidak bertanggung jawab atas kendala ini. Pemasok tidak mau mengirim barang sisanya dengan alasan harus membayar ongkos kirim dua kali. Kesalahan sudah jelas berada pada pemasok, tetapi selama ini yang penulis jumpai hanya 1 dari 9 pemasok yang bisa bertanggung jawab untuk mengirim sisa barangnya.

3. Barang yang Dikirim dari Pemasok Rusak

Sering terjadi kerusakan pada produk yang dipesan oleh pembeli. Baik itu saat produk belum dikirim atau dalam ekspedisi pengiriman. 30% pemasok bisa bertanggung jawab atas kerusakan barangnya dan melakukan return atau pengembalian dana. Dan 70% pemasok tidak bisa menerima kembali produk yang sudah dikirimkan. Hal tersebut yang membuat perusahaan rugi dan kurangnya kepercayaan dari pelanggan.

4. Pengiriman dari Pemasok Lambat

Customer yang tidak sabar ingin barangnya segera sampai, tetapi pemasok terlalu lama mengirim barangnya. Sehingga kepuasan pembeli disini sedikit berkurang.

1.3 Cara Mengatasi Kendala

1. Kualitas Produk Buruk

Perusahaan tidak pernah mengetahui bagaimana fisik produk yang di kirim dari pemasok. Sehingga tidak tahu bagaimana produk yang dikirimkan apakah sudah sesuai dengan pesanan, dan kualitas apakah benar-benar berkualitas.

Yang di ketahui dari perusahaan hanyalah gambar produk yang pertama kali dikirimkan pemasok saat meminta izin untuk mengiklankan produknya.

Perusahaan sebelum memproses pesanan menanyakan dan meminta gambar produk terlebih dahulu yang tersedia saat ini, dan benar-benar menanyakan apakah ada kerusakan pada produk yang dipesan.

Perlu adanya perjanjian atau kontrak juga dengan pemasok sebelumnya, jika dimasa mendatang terdapat pesanan dengan kualitas produk tidak sesuai pesanan, produk dapat di tukar dengan yang berkualitas baik atau jika persediaan barang habis dari pemasok, produk dikembalikan dan dana dikembalikan ke perusahaan lalu perusahaan meneruskan dananya ke pembeli.

2. Jumlah Barang yang Dikirim tidak Sesuai Pesanan

Ketika customer service memproses pesanan, customer service sudah memberikan keterangan jumlah barang yang dipesan pada form pesanan dari pemasok. Perlu adanya ketelitian dari pemasok mengenai jumlah produk yang di pesan, dan selalu mengingatkan pemasok juga diperlukan agar tidak terjadi pengiriman jumlah produk yang salah.

3. Barang yang Dikirim dari Pemasok Rusak

Barang yang dikirim rusak baik dari pemasok maupun saat pengiriman. Perlu adanya perjanjian atau kontrak antara perusahaan dan pemasok, bahwa jika dimasa mendatang terdapat pesanan dengan kendala produk terjadi kerusakan barang dapat direturn. Jika pemasok tidak mau mengganti kerusakan barang lebih baik cari pemasok yang lain.

4. Pengiriman dari Pemasok Lambat

Pengiriman dari pemasok lambat biasanya dari pihak pemasok stok produk habis. Jadi sebelum proses pesanan menanyakan terlebih dahulu pada pembeli apakah tidak keberatan menunggu sampai stok produk tersedia paling lambat 1 minggu, jika masih belum ada produknya maka pesanan akan di batalkan. Tidak langsung diproses pesanan pembeli, tetapi menanyakan kesanggupan pembeli untuk menunggu sedikit lama pengiriman pesanan. Jika pembeli tidak keberatan menunggu sampai produk tersedia kembali maka pesanan langsung di proses ke pemasok.

Dari keempat kendala tersebut, perusahaan mempunyai risiko yang sangat besar. Salah satu risiko yang sangat terlihat adalah, perusahaan tidak mengetahui fisik produk dari pemasok. Lebih baik perusahaan mempunyai produk sendiri. Atau dengan membeli produk grosir dari pemasok dan untuk dijual kembali sesuai harga pasaran.

Jika perusahaan mempunyai persediaan di gudang sendiri bukan persediaan dari pemasok. Mekan perlu adanya pengendalian atas persediaan. Untuk memastikan produk yang dipesan benar-benar sesuai pesanan

dengankualitas baik, tidak ada kerusakan produk, kesalahan jumlah pesanan dari pembeli dan keterlambatan pengiriman ke alamat tujuan pembeli.

Bertemu langsung dengan pemasok untuk melakukan perjanjian dengan tanda tangan kontrak agar menyediakan produk yang berkualitas di masa mendatang.

Jika terdapat pesanan diharapkan tidak terjadi keterlambatan karena persediaan di gudang perusahaan kita ketahui secara langsung tanpa harus menghubungi pihak pemasok. Sehingga jika persediaan habis, customer service dapat langsung memberitahukan kepada pelanggan bahwa ketersediaan stok kosong dan pembeli langsung membatalkan pesanan dan tidak kecewa karena menunggu lama pengirimannya.

Sering terjadinya kendala-kendala diatas juga memicu kepuasan dan kepercayaan pembeli. Upaya mewujudkan kepuasan pelanggan bukanlah pekerjaan mudah. Setidaknya ada enam tantangan strategik yang perlu diatasi agar kepuasan pelanggan sungguh-sungguh dapat diwujudkan secara efektif.

- a. Ekspektasi pelanggan bersifat dinamis dan dibentuk oleh banyak factor, diantaranya pengalaman berbelanja dimasa lalu, opini teman dan kerabat, serta informasi dan promosi perusahaan maupun para pesaing. Kita sebagai pelanggan seringkali tidak memahami dari sebuah produk, terutama bila produk itu tergolong baru dan dianggap tidak berkualitas.
- b. Tidak semua pelanggan sama nilainya, karena itu dibutuhkan segmentasi strategik yang memfasilitasi pemilihan segmen khusus untuk keperluan *relationship marketing* (RM) jangka panjang. Namun pelanggan tersebut belum tentu mau memilih perusahaan itu sebagai sobat karib. Riset di berbagai Negara menunjukkan bahwa apa yang dimaksudkan perusahaan sebagai aktivitas RM justru kadangkala dirasakan konsumen sebagai *invasion of privacy*. Di satu pihak, perusahaan bermaksud ‘memilih teman’, dilain pihak, konsumen juga punya pilihan untuk berteman dengan siapa.

- c. Strategi “membeli” loyalitas pelanggan kadangkala justru berpotensi merugikan perusahaan, apalagi bila yang disasar adalah *switchablecustomer*. Kelompok ini suka beralih pemasok demi mencari tawaran “terbaik” (termurah, berhadiah, atau berfasilitas paling menarik).
- d. Pemanfaatan teknologi untuk menggantikan, melengkapi, dan/atau menambah peranan perusahaan menghadapi kendala berupa isu privasi, confidentiality, tingkat melek teknologi, tingkat akses teknologi, kesiapan mengadopsi teknologi baru, dan biaya akses teknologi.
- e. Keengganan pelanggan tidak puas untuk melakukan komplain. Ini mungkin disebabkan faktor budaya (misalnya kecenderungan menghindari konfrontasi langsung), kurangnya pengetahuan dan pengalaman konsumen dalam menyampaikan komplain, kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi (prosedur komplain yang terlalu berbelit-belit), nilai produk yang dibeli relative kecil, dan persepsi terhadap rendahnya peluang keberhasilan dalam melakukan komplain. Malah seringkali perusahaan yang membentengi diri agar pelanggan tidak melakukan komplain.
- f. Secara konseptual, kepuasan hanyalah salah satu di antara sekian banyak macam emosi yang mewarnai pengalaman hidup kita sehari-hari (misalnya marah, kecewa, kesal, senang, dan gembira). Walaupun kepuasan tetap penting, itu saja berlumlah cukup untuk mendapatkan gambaran utuh mengenai pengalaman pelanggan.

Pelanggan yang puas belum tentu mendatangkan profit baru perusahaan. Ia bahkan melangkah lebih jauh dengan mengemukakan bahwa peran pemasaran saat ini haruslah berubah dari sekedar menciptakan customer value menjadi pencipta shareholder value. Dengan kata lain, dibutuhkan keseimbangan antara kepentingan konsumen dan stakeholder lainnya (termasuk pemilik). Definisi pemasaran sebagai “proses manajemen yang berusaha memaksimumkan return bagi para pemegang saham melalui pengembangan dan penerapan strategi dalam membangun relasi berbasis trust dengan high-value customer dan menciptakan keunggulan diferensial berkesinambungan”. Juga

mengidentifikasi dua rute penciptaan shareholder value: strategi rasionalisasi dan strategi pertumbuhan. Rasionalisasi berfokus pada memangkas biaya tetap dan biaya variabel, mengurangi modal kerja (working capital) dan aset tetap, serta menaikkan harga (melalui fokus pada high-value market niches dan menawarkan premium products pada segmen penghasilan atas).

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

AF GROUP merupakan perusahaan yang bergerak perdagangan online. Menjual berbagai produk fashion, perabotan rumah tangga, sparepart mobil, motor dan handphone, dan alat tulis.

AF GROUP mengambil produk dari berbagai pemasok. Tidak hanya satu pemasok. Pengiriman pesanan dari pembeli dikirim langsung dari pemasok ke alamat tujuan pembeli tanpa mengetahui fisik produk. Tetapi sebelum perusahaan memproses pesanan dari pembeli, perusahaan menghubungi pemasok tentang ketersediaan dan kondisi produk yang dipesan oleh pembeli untuk dikirim ke alamat tujuan pembeli.

4.2 Saran

Perusahaan harus ada perjanjian kontrak tertulis dengan pemasok jika dimasa yang akan datang terjadi kerusakan barang dari pemasok saat dikirim ke pembeli. Dan mencari pemasok produk yang benar-benar bisa bertanggungjawab atas kualitas barang yang dikirim jika tidak sesuai dengan rincian/deskripsi yang diinformasikan sebelumnya dari pemasok. Apabila pemasok hanya ingin barangnya terjual dan tidak mau bertanggungjawab atas kualitas barang dari pemasok, lebih baik tinggalkan pemasok seperti itu dan mencari pemasok yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

Marshall B. Romney dan Paul Jhon Steinbart (2006), *Accounting Information System*, Salemba Empat, Jakarta.

Hooley, G., Piercy, N.F., and Nicoulaud, B. (2008), *Marketing Strategy and Competitive Positioning*, 4th ed.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Pesanan pada akun shopee

KURIR JNE OKE		
NO. PESANAN 19042012371NMBK	19042012371NMBK	
DARI Rak Sepatu Susun (joachimmakmur) 6283157358845	Estimasi Ongkos Kirim: Rp 23.000 Total Berat: 700 gr	
	KE Susilowati (namakutommbaeewiss) 628176453134 Ds muncang rt 10 rw 01, KAB. PEMALANG, BODEH, JAWA TENGAH, ID, 52365	
	Silakan klik " Pesanan Diterima " dan nilai produk ini! Jual-Beli kurang dari 30 detik, dimanapun, kapanpun. Gratis Ongkir se-Indonesia!	

 Potong atau lipat pada garis ini

DAFTAR PRODUK

No. Pesanan 19042012371NMBK

#	SKU Induk	Nama Produk	SKU	Variasi	Qty
1		PROMO !! RAK SEPATU GANTUNG KARAKTER 9 SUSUN TEMPAT PENYIMPANAN SEPATU – keropi			1

KOMENTAR PEMBELI

Pesanan pada akun bukalapak

Bukti Pembayaran

No. #191963892409

Dear Muhammad Taufik,

Terima kasih atas kepercayaan Anda bertransaksi melalui Bukalapak.com.

Bukti Pembayaran				
Nomor Transaksi		191963892409		
Waktu Transaksi		20 April 2019 14.25 WIB		
Pembeli		Pelapak		
Pembeli	Muhammad Taufik	Pelapak	rumahbatikindo, Jakarta Barat	
Tujuan pengiriman	m taufik Jln taman kenten Irg masjid mujahidin no228 rt 03 rw 02 8 ilir Ilir Barat II Palembang Sumatera Selatan - 30144 No. Telp: 082281988818			
Nama	SKU	Variant	Jumlah	Harga
Catok C 8 Heavy duty Clamp Besi Tebal Klem wood...			1	Rp118.000
Total Harga Barang				Rp118.000
Blaya Kirim				Rp22.000
TOTAL PEMBAYARAN				Rp140.000

Yuk jangan lupa ulas barang setelah barang sampai untuk membantu pembeli lain mengetahui kualitasnya.

Deklarasi :

Bukalapak.com merupakan pasar daring yang menjadi perantara antar penjual dan pembeli.

Bukalapak.com menyatakan bahwa bukti pembayaran ini menunjukkan harga sebenarnya dari barang yang diuraikan dan bahwa semua keterangan adalah benar dan tepat.

Bukti pembayaran ini dihasilkan oleh sistem dan tidak memerlukan tanda tangan.

Faktur dari pemasok

Tanggal 20 April 2019
 Pembayaran Klik BCA 

Ringkasan Pembayaran (1 Invoice)	
Total Belanja - dans shop bdg (INV/20190420/XIX/IV/301220218)	Rp 183.000
Subtotal Belanja	Rp 183.000
TopDonasi200	Rp 200
Subtotal Biaya Tambahan	Rp 200
Potongan Ongkos Kirim Tokopedia	- Rp 20.000
Total Nilai Promo	- Rp 20.000

Total Pembayaran	Rp 163.200
-------------------------	-------------------

Nama Produk	Jumlah	Berat	Harga Barang	Subtotal
Baju Atasan Muslim Murah/Gamis Murah Marbella Dres Biru Elektrik	1	400 gr	Rp 80.000	Rp 80.000
Baju Atasan Muslim Murah / Gamis Murah Ruby Dres Maroon	1	400 gr	Rp 80.000	Rp 80.000
Subtotal Harga Produk				Rp 160.000

JNE - Reguler (Berat: 800 gr)	Rp 23.000
Subtotal Ongkos Kirim	Rp 23.000

Total Belanja	Rp 183.000
----------------------	-------------------

FM6259 Promo Tokopedia Kode Promo: FM6259	- Rp 20.000
Subtotal Nilai Promo	- Rp 20.000

Total Invoice	Rp 163.000
----------------------	-------------------

Lampiran 2

Memproses Pesanan dan Entry Data Penjualan



Menerima Telepon dari Customer






Meeting dengan Owner, Customer Service, dan Admin Inventory



FORMULIR KEGIATAN HARIAN MAHASISWA

Nama : IKA DEWI LESTARI
 Nim : 1562103
 Program Studi : AKUNTANSI B 2015
 Tempat KKM : AF GROUP
 Bagian/Bidang : CUSTOMER SERVICE & ADMINISTRASI

Minggu Ke	Tanggal	Jenis Kegiatan	Tanda Tangan	
I	04/03/2019	Membalas chat dari customer		
		Memproses pesanan		
		Entry data penjualan		
	05/03/2019	Membalas chat dari customer		
		Memproses pesanan		
		Entry data penjualan		
	06/03/2019	Membalas chat dari customer		
		Memproses pesanan		
		Entry data penjualan		
	07/04/2019	Libur Nyepi		
	08/03/2019	Membalas chat dari customer		
		Memproses pesanan		
Entry data penjualan				
09/03/2019	Membalas chat dari customer			
	Memproses pesanan			
	Entry data penjualan			
II	11/03/2019	Membalas chat dari customer		
		Memproses pesanan		
		Entry data penjualan		
	12/03/2019	Membalas chat dari customer		
		Memproses pesanan		
		Entry data penjualan		
	13/03/2019	Membalas chat dari customer		
		Memproses pesanan		
		Entry data penjualan		
	14/03/2019	Membalas chat dari customer		
		Memproses pesanan		
		Entry data penjualan		
	15/03/2019	Membalas chat dari customer		
		Memproses pesanan		
		Entry data penjualan		
	16/03/2019	Membalas chat dari customer		
		Memproses pesanan		
		Entry data penjualan		
18/03/2019	Membalas chat dari customer			
	Memproses pesanan			
	Entry data penjualan			
19/03/2019	Membalas chat dari customer			
	Memproses pesanan			

III	20/03/2019	Entry data penjualan	S		
		Membalas chat dari customer			
		Memproses pesanan			
	21/03/2019	Entry data penjualan			
		Libur (Rekreasi Kantor)			
		Membalas chat dari customer			
	22/03/2019	Memproses pesanan		S	
		Entry data penjualan			
		Membalas chat dari customer			
23/03/2019	Memproses pesanan	S			
	Entry data penjualan				
	Membalas chat dari customer				
IV	25/03/2019		Membalas chat dari customer		S
			Memproses pesanan		
			Entry data penjualan		
	26/03/2019		Membalas chat dari customer		
			Memproses pesanan		
			Entry data penjualan		
	27/03/2019	Membalas chat dari customer			
		Memproses pesanan			
		Entry data penjualan			
	28/03/2019	Membalas chat dari customer			
		Memproses pesanan			
		Entry data penjualan			
	29/03/2019	Membalas chat dari customer			
		Memproses pesanan			
		Entry data penjualan			
30/03/2019	Membalas chat dari customer				
	Memproses pesanan				
	Entry data penjualan				
V	01/04/2019	Membalas chat dari customer	S		
		Memproses pesanan			
		Entry data penjualan			
	02/04/2019	Membalas chat dari customer			
		Memproses pesanan			
		Entry data penjualan			
	03/04/2019	Membalas chat dari customer			
		Memproses pesanan			
		Entry data penjualan			
	04/04/2019	Membalas chat dari customer			
		Memproses pesanan			
		Entry data penjualan			

Jombang, 05 April 2019
Pendamping Lapangan

