

ABSTRAK

Penulisan ini bertujuan untuk: (1) Mengetahui Sistem Akuntansi Penjualan Tunai yang diterapkan pada PT. Centra Teknologi Indonesia, (2) Mengetahui evaluasi Sistem Akuntansi Penjualan Tunai yang diterapkan pada PT. Centra Teknologi Indonesia. Subjek penulisan adalah PT. Centra Teknologi Indonesia dan objek penulisan ini adalah sistem akuntansi penjualan tunai. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik wawancara, teknik observasi, dan teknik dokumentasi. Adapun metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah dengan metode analisis deskriptif kualitatif yaitu dengan membandingkan antara teori yang ada dengan kenyataan sebenarnya pada PT. Centra Teknologi Indonesia dan disajikan dalam bentuk uraian. Hasil penulisan ini menunjukkan : (1) Sistem Penjualan Tunai pada PT. Centra Teknologi Indonesia sudah cukup baik, ditunjukkan dengan adanya: a) Bagian yang terkait : Bagian marketing, Kas, pengemasan, Pengiriman, dan Bagian Keuangan. b) dokumen yang digunakan: Faktur Penjualan Tunai, Kuintansi, Nota Pembayaran, Nota Pengiriman, Bukti Setor Bank, RHPP. c) catatan akuntansi: Jurnal Umum, Jurnal Penerimaan Kas, Kartu Persediaan. d) pelaksanaan prosedur penjualan tunai: Order Penjualan, Penerimaan Kas, Penyerahan Barang, Pencatatan Penjualan Tunai, Penyetoran Kas ke Bank, Pencatatan Penerimaan Kas, Pencatatan Harga Pokok Penjualan. Sistem Pengendalian Intern penjualan tunai pada PT. Centra Teknologi Indonesia sudah berjalan dengan baik ditandai dengan struktur organisasi yang memisahkan tanggung jawab secara tegas, sistem wewenang dan prosedur pencatatan yang dilakukan secara baik, Praktik yang sehat dalam melaksanakan tugas dan fungsi setiap unit organisasi, karyawan yang mutunya sesuai dengan tanggung jawabnya sudah diterapkan oleh PT. Centra Teknologi Indonesia. (2) Hasil evaluasi sistem akuntansi penjualan tunai pada PT. Centra Teknologi Indonesia sudah cukup baik namun masih ada kekurangan yaitu pemilik perusahaan masih bertindak sebagai bagian marketing yang membantu menerima order dari pembeli, sehingga otorisasi untuk bagian marketing tidak hanya dilakukan oleh satu orang saja. Untuk dokumen dan catatan yang digunakan telah sesuai dengan kebutuhan perusahaan, meskipun penggunaan dokumen perusahaan belum bernomor urut tercetak.

ABSTRACT

This writing aims to: (1) Know the Cash Sales Accounting System applied to PT. Centra Teknologi Indonesia, (2) Know the evaluation of the Cash Sales Accounting System applied to PT. Centra Teknologi Indonesia. The writing subject is PT. Centra Teknologi Indonesia and the object of this writing is the cash sales accounting system. Data collection techniques used were interview, observation, and documentation techniques. The method used to analyze the data is a qualitative descriptive analysis method that is by comparing the existing theories with the actual reality at PT. Centra Teknologi Indonesia and presented in the form of a description. The results of this writing indicate that: (1) Cash Sales System at PT. Centra Teknologi Indonesia has been quite good, indicated by the existence of: a) Related parts: Marketing, Cash, packaging, Shipping, and Finance. b) documents used: Cash Sales Invoice, Quintment, Payment Note, Shipping Note, Bank Deposit Proof, RHPP. c) accounting records: General Journal, Cash Receipt Journal, Inventory Card. d) implementation of cash sales procedures: Sales Orders, Cash Receipts, Goods Submission, Cash Sales Records, Cash Deposits to Banks, Cash Receipts Registration, Recording of Cost of Goods Sold. Internal Control System for cash sales at PT. Centra Teknologi Indonesia has been going well marked by an organizational structure that separates responsibilities clearly, the system of authority and recording procedures that are done well, healthy practices in carrying out the duties and functions of each organizational unit, employees whose quality is in accordance with their responsibilities implemented by PT. Centra Teknologi Indonesia. (2) Results of evaluation of cash sales accounting system at PT. Centra Teknologi Indonesia has been good enough but there are still shortcomings, namely the owner of the company still acts as part of marketing that helps receive orders from buyers, so that the authorization for marketing is not only done by one person. The documents and records used are in accordance with the needs of the company, even though the use of company documents has not been numbered in sequence.