

**ANALISIS EFEKTIFITAS SISTEM INFORMASI MANAJEMEN
DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN HARGA JUAL
PADA PT. PANEN LESTARI INTERNUSA
MEDAN (SOGO)**

SKRIPSI

Oleh :

**GUNAWAN TARIGAN
NIM : 12 833 0257**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
M E D A N
2 0 1 6**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/2/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)21/2/24

Judul Skripsi : Analisis Efektifitas Sistem Informasi Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan Harga Jual Pada PT. Panen Lestari Internusa Medan (SOGO)

Nama Mahasiswa : GUNAWAN TARIGAN

No. Stambuk : 12 833 0257

Jurusan : Akuntansi

Menyetujui :

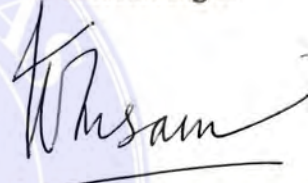
Komisi Pembimbing

Pembimbing I



(Linda Lores Br Purba, SE.,M.Si)

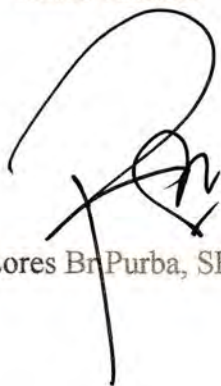
Pembimbing II



(Warsani Purnama Sari, SE,Ak,MM)

Mengetahui :

Ketua Jurusan



(Linda Lores Br Purba, SE.,M.Si)

Dekan



(Dr. Ihsan Effendi, SE.,M.Si)

Tanggal Lulus :

2016

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/2/24

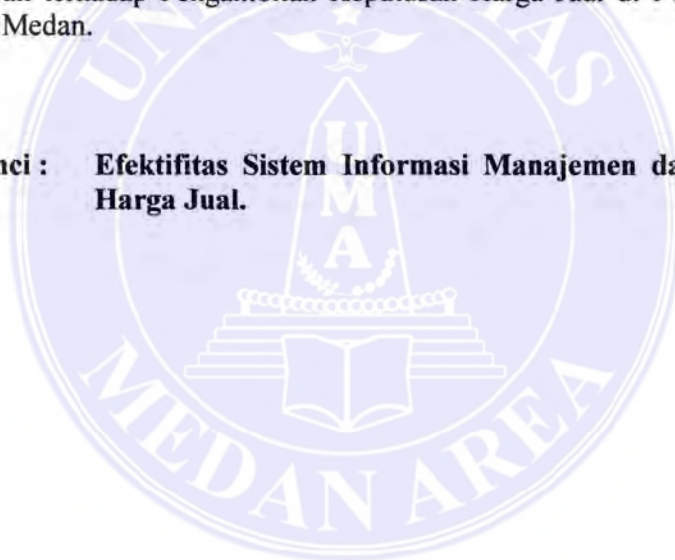
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)21/2/24

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh efektifitas sistem informasi manajemen terhadap pengambilan keputusan harga jual pada PT. Panen Lestari Internusa Medan (SOGO). Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Jenis data yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian adalah data kuantitatif, sumber data diperoleh dari data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan PT. Panen Lestari Internusa Medan (SOGO) dengan mengambil sampel sebanyak 35 karyawan sebagai responden. Dalam mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian, peneliti melakukan wawancara, dokumentasi dan penyebaran kuesioner. Setelah data terkumpul, akan di analisis dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Regresi linier yang digunakan adalah regresi linier sederhana dengan 2 variabel yang terdiri dari 1 variabel bebas yaitu Efektifitas Sistem Informasi Manajemen serta 1 variabel terikat yaitu Pengambilan Keputusan Harga Jual. Hasil penelitian menunjukkan Efektifitas Sistem Informasi Manajemen berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Harga Jual di PT. Panen Lestari Internusa Medan.

Kata Kunci : Efektifitas Sistem Informasi Manajemen dan Keputusan , Harga Jual.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yesus kristus karena atas berkat dan karunia telah diberikan penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Efektifitas Sistem Informasi Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan Harga Jual pada PT. Panen Lestari Internusa Medan (SOGO)”** sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 di Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

Selama dalam penyusunan skripsi ini, peneliti telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak dan sebagai rasa syukur penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Ucapan terima kasih yang tidak ternilai penulis ucapkan kepada Ayahanda Ramlan Tarigan dan Ibunda Mianna br Sitepu yang telah memberikan doa restu kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini serta keluarga besar kakak Erma br Tarigan, Marlon Ginting, Ma Uda S. Sitepu, Mami Nurbaity yang selalu memberi motivasi dan inspirasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. H. A. Ya'kub Matondang, MA selaku Rektor Universitas Medan Area
3. Bapak Dr. Ihsan Effendi, SE, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area
4. Ibu Linda Lores, SE, MSi, selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area sekaligus Pembimbing I yang telah membimbing dan memberikan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Ibu Warsani Purnama Sari, SE, Ak, CA, MM, selaku Pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Dra. HJ. Rosmaini, AK, MMA selaku sekretaris yang telah membimbing dan memberikan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini
7. Pihak manajemen PT. Panen Lestari Internusa Medan (SOGO) yang telah memberikan izin dan waktu serta data yang diperlukan dalam penelitian ini.
8. Penulis mengucapkan terima kasih kepada sahabat yang berperan penting dalam penulisan skripsi ini, Beno, Sandi, Rori, Dion, Abdi, Agung, Yoga, Hery, dan PMMS UMA serta teman – teman stambuk 2011 Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area, yang begitu banyak membantu peneliti, yang tidak mampu saya sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari segi isi maupun sistematika penulisan. Oleh karena itu, dengan senang hati menerima kritik dan saran yang bersifat membangun, untuk perbaikan skripsi ini dimasa yang akan datang.

Medan, Februari 2016

**Gunawan Tarigan
12 833 0257**

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
BAB II : LANDASAN TEORITIS	4
A. Teori-teori	4
1. Efektifitas Sistem Informasi Manajemen (SIM)	4
2. Penentuan Harga Jual	6
3. Hubungan Efektifitas SIM Terhadap Harga Jual	16
4. Pengambilan Keputusan Manajemen	18
B. Kerangka Konseptual	20
C. Penelitian Terdahulu	21
D. Hipotesis	23
BAB III : METODE PENELITIAN	25
A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian	25

B. Populasi dan Sampel	26
C. Defenisi Operasional	28
D. Jenis dan Sumber Data	29
E. Teknik Pengumpulan Data	30
F. Teknik Analisis Data	31
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
A. Hasil Penelitian	34
1. Sejarah Singkat Perusahaan	34
2. Struktur Organisasi	35
3. Data Analisis Efektifitas Sistem Informasi Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan Harga Jual Pada PT. Panen Lestari Internusa Medan	38
4. Uji Kualitas Data	44
B. Pembahasan	48
1. Analisis Regresi Linier Sederhana	48
2. Determinasi	50
3. Uji Hipotesis	51
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	53
A. Kesimpulan	53
B. Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	ix
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
Tabel II.1	: Peneliti Terdahulu	22
Tabel III.1	: Rencana Waktu Penelitian	26
Tabel IV.1	: Tabulasi Data Variabel Efektifitas Sistem Informasi Manajemen (X)	38
Tabel IV.2	: Sistem informasi manajemen perusahaan dapat menyajikan informasi setiap saat diperlukan	39
Tabel IV.3	: Sistem informasi manajemen perusahaan terintegrasi dengan setiap bagian dalam perusahaan	40
Tabel IV.4	: Sistem informasi manajemen perusahaan cukup lengkap dalam menyajikan informasi	40
Tabel IV.5	: Sistem informasi manajemen perusahaan dapat menyajikan informasi dengan tepat waktu	40
Tabel IV.6	: Sistem informasi manajemen perusahaan mengumpulkan informasi secara berkala dan berkelanjutan dari setiap bagian perusahaan	41
Tabel IV.7	: Tabulasi Data Variabel Pengambilan Keputusan Harga Jual (Y)	41
Tabel IV.8	: Informasi yang tersedia setiap saat sangat membantu pimpinan dalam mengambil keputusan dengan cepat	42
Tabel IV.9	: Informasi dari setiap bagian dalam perusahaan sangat	

membantu pimpinan mengambil keputusan dengan cepat	43
Tabel IV.10 : Informasi yang tersedia dengan lengkap sangat membantu pimpinan dalam mengambil keputusan yang rasional	43
Tabel IV.11 : Informasi yang tersedia sangat membantu pimpinan dalam menghasilkan keputusan yang sesuai dengan masalah yang dihadapi	43
Tabel IV.12 : Keputusan yang diambil dapat dilaksanakan oleh setiap karyawan dalam perusahaan dengan baik.	44
Tabel IV.13 : Uji Validitas Data Variabel X	45
Tabel IV.14 : Uji Validitas Data Variabel Y	45
Tabel IV.15 : Reliability Statistics X	46
Tabel IV.16 : Reliability Statistics Y	46
Tabel IV.17 : Uji Linieritas	48
Tabel IV.18 : Coefficients(a) Model Regresi	49
Tabel IV.19 : Model Summary(b)	50
Tabel IV.20 : Coefficients(a) Untuk Uji t	51

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
Gambar II.1	: Kerangka Konseptual	20
Gambar IV.1	: Struktur Organisasi PT. Panen Lestari Indonesia (SOGO) Medan	35
Gambar IV.2	: Normalitas Model Regresi	47



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Informasi dianggap sebagai salah satu faktor produksi dalam perusahaan, karena merupakan piranti penting yang dapat memecahkan berbagai bentuk ketidaktahuan dan ketidakpastian yang sering kali menjadi kendala dalam proses pengambilan keputusan. Oleh sebab itu, dibutuhkan suatu sistem informasi yang selain dapat melakukan semua pengolahan data juga dapat berfungsi sebagai alat bantu bagi manajemen dalam pengambilan keputusan. Gagasan informasi yang demikian itulah yang dikenal dengan sistem informasi manajemen.

Pengukuran efektivitas sistem informasi manajemen ini merupakan tugas yang kompleks karena adanya kesulitan dalam menelusuri dan mengukur pengaruh sistem informasi manajemen melalui faktor yang saling berhubungan. Oleh karena itu para peneliti di bidang sistem informasi manajemen membuat ukuran yang mewakili bagi penerapan sistem informasi manajemen, misalnya: kepuasan pengguna informasi (*user information satisfaction*), penggunaan sistem (*sistem usage*) dan nilai informasi (*information value*). Dengan berkembangannya aplikasi sistem informasi manajemen yang didukung oleh data yang akurat dan dapat mendukung kinerja perusahaan. Sistem informasi manajemen dapat membantu

manajemen lebih cepat meningkatkan upaya akuntabilitas, efisiensi dan kinerja lainnya yang secara jangka panjang menjadi lebih ekonomis.

Dalam mendukung kegiatan operasional, PT. Panen Lestari Internusa Medan (SOGO) menggunakan sistem informasi yang terstruktur dan terkomputerisasi. Hal ini dilakukan untuk dapat mendukung fungsi-fungsi manajemen, mulai dari perumusan tujuan dan sasaran sampai evaluasi. PT. Panen Lestari Internusa Medan (SOGO) mengevaluasi program-program secara terus menerus untuk meningkatkan pertumbuhan perusahaan. Selain itu, naik turunnya harga pokok pembelian mengharuskan manajemen perusahaan menggunakan sistem informasi yang dapat mendukung berbagai tindakan khususnya mengenai pengambilan keputusan yang cepat dan tepat serta sesuai dengan tujuan perusahaan termasuk pengambilan keputusan harga jual.

Proses pengambilan keputusan yang tepat, sangat berhubungan dengan sistem informasi manajemen. Jika terjadi kesalahan data, hasil sistem informasi manajemen akan salah dan keputusan yang diambil juga akan salah. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti memilih judul **“Analisis Efektifitas Sistem Informasi Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan Harga Jual pada PT. Panen Lestari Internusa Medan (SOGO)”**.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian, yaitu **“Apakah efektifitas sistem informasi manajemen yang diterapkan berpengaruh terhadap**

pengambilan keputusan harga jual pada PT. Panen Lestari Internusa Medan (SOGO)”.

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian adalah : **“untuk mengetahui pengaruh efektivitas sistem informasi manajemen terhadap pengambilan keputusan harga jual pada PT. Panen Lestari Internusa Medan (SOGO)”.**

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah :

1. **Bagi Peneliti**, sebagai alat pembuktian secara mengenai ada atau tidaknya pengaruh sistem informasi manajemen terhadap pengambilan keputusan di suatu badan usaha atau perusahaan khususnya dalam pengambilan keputusan harga jual.
2. **Bagi Perusahaan**, sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi PT. Panen Lestari Internusa Medan (SOGO) tentang pengaruh sistem informasi manajemen terhadap pengambilan keputusan khususnya dalam pengambilan keputusan harga jual.
3. **Bagi Akademisi**, sebagai bahan acuan dan referensi sistem informasi manajemen dan pengambilan keputusan khususnya bagi mereka yang tertarik melakukan penelitian dengan judul yang sama.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Teori - teori

1. Efektifitas Sistem Informasi Manajemen (SIM)

Menurut Anoraga (2005 : 303) “Sistem informasi manajemen adalah serangkaian subsistem informasi yang menyeluruh dan terkoordinasi dan secara rasional terpadu yang mampu mentransformasi keputusan-keputusan oleh para manajer sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan untuk dicapai”. Menurut Syamsi (2006 : 14) “Sistem Informasi Manajemen adalah jaringan informasi yang dibutuhkan pimpinan dalam menjalankan tugasnya, terutama dalam mengambil keputusan”.

Berdasarkan pengetahuan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa sistem informasi manajemen adalah mengenai hal melaporkan informasi kepada orang yang tepat dalam suatu organisasi. Dalam pengertian yang lebih luas, sistem informasi manajemen merupakan keseluruhan jalinan hubungan, jaringan lalu lintas keterangan-keterangan dalam organisasi mulai dari sumber-sumber yang melahirkan bahan-bahan keterangan melalui proses pengumpulan, pengolahan, penyimpanan sampai penyebaran keterangan dengan berbagai peralatan yang dapat memungkinkan para anggota melaksanakan tugas dengan sebaik-sebaiknya maupun membantu para manajer membuat keputusan atau menjalankan tugas kepemimpinannya dengan baik.

Para pemimpin yang bertugas dibidang perencanaan ataupun yang menangani bidang pengawasan dalam rangkaian usaha mengambil keputusan yang baik dan cepat, dan selalu membutuhkan informasi untuk mendukung kelancaran tugas-tugasnya. Oleh sebab itu informasi baru dapat dikatakan efektif apabila mampu berfungsi membantu pimpinan dalam pengambilan keputusan, terlebih dalam bidang perencanaan dan pengawasan, juga dalam penentuan program kerja.

Peran sistem informasi manajemen dapat diuraikan dibawah ini:

a. Sistem informasi manajemen sebagai Pembantu Dalam Pengambilan Keputusan.

Sebuah sistem informasi manajemen adalah sebuah sistem informasi yang melakukan semua pengolahan transaksi yang dibutuhkan serta memberikan dukungan informasi dan pengolahan untuk fungsi-fungsi manajemen dan pengambilan keputusan.

b. Pengambilan keputusan merupakan salah satu peran dari para manajer di mana sistem informasi manajemen dapat menolong dalam pengambilan keputusan melalui fungsi dan tugasnya. Kegiatan pengambilan keputusan adalah kegiatan yang kompleks, berdasarkan pengalaman banyak manajer yang berkecimpung dalam memecahkan masalah sehari-hari.

c. Sistem informasi manajemen sebagai Pendukung Fungsi Perencanaan dan Pengendalian.

Usaha mencapai tujuan bagi organisasi perusahaan adalah tercapainya tujuan perusahaan yang sesuai dengan perencanaan semula. Semua

kegiatan dalam operasional akan selalu terlibat dalam proses perencanaan, baik itu perencanaan jangka pendek ataupun rencana jangka panjang. Sistem informasi manajemen sangat relevan bagi fungsi perencanaan. Perencanaan dan pengendalian yang dibantu dengan komputer memperlebar kemampuan manajemen untuk menyelenggarakan fungsi yang penting ini. Kedua fungsi sangat erat kaitannya. Tanpa ada perencanaan, pengendalian tidak akan ada. Sedangkan apabila ada perencanaan tetapi tidak ada pengendalian, maka rencana tersebut akan gagal.

d. Sistem informasi manajemen sebagai Penentuan Program Kerja.

Perincian dalam program kerja selalu didasarkan kepada mana yang harus didahulukan dan program mana yang dapat ditunda untuk sementara. Untuk menentukan skala prioritas kerja dengan tepat dibutuhkan data informasi tentang faktor tenaga kerja yang tersedia. Juga diperlukan informasi tepat tentang sumber pembiayaan, lokasi yang hendak dilaksanakan, sistem pelaporan sistem penilaian umpan balik yang hendak dipergunakan, keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh dari hasil yang diharapkan.

2. Penentuan Harga Jual

Harga jual adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Perusahaan selalu menetapkan harga produknya dengan harapan produk

tersebut laku terjual dan boleh memperoleh laba yang maksimal. Hansen dan Mowen (2005:633) mendefinisikan “Harga jual adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan”. Menurut Mulyadi (2007:78) “Pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah mark-up”.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Para pemasar berusaha untuk mencapai sasaran tertentu melalui komponen-komponen penetapan harga. Beberapa perusahaan mencoba untuk meningkatkan keuntungan dengan menetapkan harga rendah untuk menarik bisnis baru.

Menurut Boone dan Kurtz (2005:70) “ada empat kategori dasar atau sasaran penetapan harga, yaitu: 1) profitabilitas, 2) volume, 3) tingkat kompetisi, dan 4) pretise”.

a. Sasaran profitabilitas

Sebagian besar perusahaan mengejar sejumlah sasaran profitabilitas dalam strategi penetapan harganya. Para pemasar mengerti bahwa laba diperoleh dari selisih pendapatan dan beban. Dan juga pendapatan merupakan harga jual dikalikan dengan jumlah yang terjual. Berbagai teori ekonomi mendasari prinsip maksimalisasi keuntungan (*profit maximization*). Akan tetapi pada kenyataannya prinsip ini masih sulit diterapkan. Maka banyak perusahaan beralih pada sasaran profitabilitas yang lebih sederhana, yaitu *Target Return Goal*, dimana perusahaan menetapkan harga dengan tingkat profitabilitas yang diinginkan sebagai pengembalian finansial atas penjualan ataupun investasi.

b. Sasaran volume

Pendekatan yang lain dalam strategi penetapan harga disebut maksimalisasi penjualan (*sales maximization*), para manajer menetapkan tingkat minimum profitabilitas yang dapat diterima dan kemudian menetapkan harga yang akan menghasilkan volume penjualan tertinggi tanpa menyebabkan laba turun di bawah level itu. Strategi ini memandang ekspansi penjualan sebagai suatu prioritas yang lebih penting bagi posisi persaingan jangka panjang perusahaan daripada laba jangka pendek.

c. Tingkat Kompetisi

Sasaran penetapan harga ini hanyalah untuk menyamakan harga dengan pesaing. Jadi perusahaan berusaha untuk menghindari perang harga dengan tidak menekankan elemen harga dari bauran pemasaran dan memfokuskan

usaha persaingannya pada variabel selain harga seperti menambah nilai, meningkatkan kualitas, mendidik konsumen, dan menciptakan hubungan.

d. Sasaran Prestise.

Pengaruh harga pada prestise membuat sebuah harga menjadi relatif tinggi untuk mengembangkan dan menjaga sebuah citra dari kualitas dan eksklusivitas. Para pemasar menetapkan sasaran tersebut karena mereka mengakui peran harga dalam mengkomunikasikan citra suatu perusahaan dan produk-produknya.

Harga yang ditentukan untuk sebuah produk akan mempengaruhi pendapatan perusahaan dan pada akhirnya tingkat laba. Perusahaan menentukan harga jual produknya dengan tiga dasar pertimbangan yaitu biaya produksi, suplai persediaan, dan harga persaingan.

a. Penentuan harga berdasarkan biaya produksi

Pada strategi ini, perusahaan menentukan harga untuk sebuah produk dengan mengestimasi biaya per unit untuk memproduksi produk tersebut dan menambahkan suatu kenaikan. Jika metode ini digunakan, perusahaan harus mencatat semua biaya yang melengkapi produksi sebuah produk dan diupayakan agar harga tersebut dapat menutupi semua biaya tersebut. Sebuah strategi harga harus menghitung skala ekonomis. Bagi produk atau jasa yang berada di dalam skala ekonomis, harga harus cukup rendah agar dapat mencapai volume tingkat penjualan yang tinggi sehingga biaya produksi mengalami penurunan.

b. Penentuan harga berdasarkan suplai persediaan.

Pada umumnya perusahaan cenderung menurunkan harga jika mereka harus mengurangi persediaan.

c. Penentuan harga berdasarkan harga pesaing

Penentuan harga berdasarkan harga pesaing dibagi atas tiga yaitu:

- 1) Penentuan harga penetrasi, dimana perusahaan menentukan harga yang lebih rendah dari harga pesaing agar dapat menembus pasar. Keberhasilan penentuan harga penetrasi tergantung pada seberapa besar tanggapan konsumen terhadap penurunan harga dan juga perusahaan tidak perlu menggunakan strategi ini bila produknya tidak elastis terhadap harga karena kebanyakan konsumen tidak akan beralih ke produk pesaing untuk mengambil keuntungan dari harga yang lebih rendah.
- 2) Penentuan harga *defensive*, dimana perusahaan menurunkan harga produk untuk mempertahankan pangsa pasarnya. Selain itu beberapa perusahaan juga menurunkan harga untuk menyerang pesaing baru yang masuk ke dalam pasar, disebut dengan biaya predatori.
- 3) Penentuan harga *prestise*, harga prestise ditentukan dengan tujuan untuk memberikan kesan lini terbaik bagi produk perusahaan. Perusahaan yang memiliki diversifikasi bauran produk akan menggunakan strategi penetrasi harga pada beberapa produk dan penentuan harga prestise untuk produk lainnya.

Banyak strategi-strategi khusus yang digunakan oleh perusahaan untuk menentukan harga barang dan jasa, yang berasal dari strategi pemasaran yang mereka rumuskan untuk mencapai keseluruhan sasaran organisasi. Menurut Sukirno (2006 : 226) ada enam strategi Penetapan harga : “(1) Penetapan harga yang kompetitif. (2) Menentukan harga terobosan. (3) Menetapkan harga berdasarkan permintaan. (4) Kepemimpinan harga. (5) Menjual barang berkualitas dengan harga yang rendah. (6) Kebijakan harga tinggi jangka pendek”.

- a. Penetapan Harga Kompetitif. Hal ini berlaku pada pasar dimana terdapat produsen atau penjual. Dalam pasar seperti ini untuk menjual barangnya, perusahaan harus menetapkan harga pada tingkat yang bersamaan dengan barang yang sejenis yang dipasarkan.
- b. Menentukan Harga Terobosan. Cara ini sering dipakai ketika meluncurkan barang baru, yang menetapkan harga pada tingkat yang rendah atau murah dengan harapan dapat memaksimalkan volume penjualan.
- c. Menetapkan Harga berdasarkan Permintaan. Penentuan harga barang ini terutama dipraktekkan oleh perusahaan jasa seperti pengangkutan Kereta Api, Jasa Penerbangan, Restoran dan Bioskop. Perusahaan Kereta Api misalnya, menawarkan tiket murah untuk orang yang selalu berpergian bagi pelajar dan orang tua yang sudah pensiun.

d. Kepemimpinan Harga

Penentuan harga seperti ini berlakun dalam pasar barang yang bersifat oligopoli yang merupakan struktur pasar, dimana terdapat perusahaan yang dominan yang mempunyai persaingan yang lebih kukuh dari pada perusahaan lainnya.

e. Menjual Barang berkualitas dengan Harga Rendah

Kebijakan ini dapat dilakukan oleh perusahaan industri Manufaktur atau Hypermarket seperti Makro dan Carrefour. Strategi penentuan harga mereka lebih menekankan kepada peningkatan volume barang yang terjual dan bukan memperoleh keuntungan yang tinggi.

f. Kebijakan Harga Tinggi Jangka Pendek

Kebijakan Harga (*Price Skimming*) adalah cara untuk menetapkan harga tinggi yang bersifat sementara, yaitu pada waktu barang yang dihasilkan mulai dipasarkan. Pada periode itu, perusahaan belum menghadapi persaingan dan akan menetapkan harga yang tinggi supaya pengembalian modal dapat dipercepat.

Boone dan Kurtz (2005:78) menyebutkan :

Secara umum, perusahaan dapat memilih dari tiga alternatif yang terdiri dari : strategi penetapan harga *skimming*, strategi ini sengaja menetapkan harga relatif lebih tinggi dibandingkan dengan harga produk-produk pesaing, strategi penetapan harga penetrasi, menetapkan suatu harga rendah sebagai senjata utama pemasaran. Penetapan harga penetrasi mengasumsikan bahwa menetapkan harga di bawah harga pasar akan menarik para pembeli dan menggeser sebuah merek pendatang dan strategi penetapan harga kompetitif, organisasi-organisasi mencoba mengurangi tekanan persaingan harga dengan menyamakan harga dengan perusahaan lain dan mengkonsentrasikan usaha pemasaran mereka pada elemen produk, distribusi, dan unsur-unsur promosi.

Menurut Darmawi (2006:175) :

Ada beberapa metode penetapan harga (*methods of price determination*) yang dapat dilakukan *budgeter* dalam perusahaan, yaitu:

- a. Metode taksiran (*judgemental method*)
- b. Metode berbasis pasar (*market-based pricing*)
 - a) Harga pasar saat ini (*current market price*)
 - 1) Harga pesaing (*competitor price*)
 - 2) Harga pasar yang disesuaikan (*adjusted current market price*)
- c. Metode berbasis biaya (*cost-based pricing*)
 - 1) Biaya penuh plus tambahan tertentu (*full cost plus mark-up*)
 - 2) Biaya variabel plus tambahan tertentu (*variable cost plus mark-up*)

Penjelasan :

a. Metode Taksiran (*Judgemental Method*)

Perusahaan yang baru saja berdiri biasanya memakai metode ini. Penetapan harga dilakukan dengan menggunakan instink saja walaupun market survey telah dilakukan. Biasanya metode ini digunakan oleh para pengusaha yang tidak terbiasa dengan data statistik. Penggunaan metode ini sangat murah karena perusahaan tidak memerlukan konsultan untuk *surveyor*. Akan tetapi tingkat kekuatan prediksi sangat rendah karena ditetapkan oleh instink.

b. Metode Berbasis Pasar (*Market-Based Pricing*)

1) Harga pasar saat ini (*current market price*)

Metode ini dipakai apabila perusahaan mengeluarkan produk baru, yaitu hasil modifikasi dari produk yang lama. Perusahaan akan menetapkan produk baru tersebut seharga dengan produk yang lama. Penggunaan metode ini murah dan cepat. Akan tetapi pangsa pasar

yang didapat pada tahun pertama relatif kecil karena konsumen belum mengetahui profil produk baru perusahaan tersebut, seperti kualitas, rasa, dan sebagainya.

2) Harga pesaing (*competitor price*)

Metode ini hampir sama dengan metode harga pasar saat ini. Perbedaannya menetapkan harga produknya dengan mereplikasi langsung harga produk perusahaan saingannya untuk produk yang sama atau berkaitan. Dengan metode perusahaan berpotensi mengalami kehilangan pangsa pasar karena dianggap sebagai pemalsu. Ini dapat terjadi apabila produk perusahaan tidak mampu menyaingi produk pesaing dalam hal kualitas, ketahanan, rasa, dan sebagainya.

3) Harga pasar yang disesuaikan (*adjusted current market price*)

Penyesuaian dapat dilakukan berdasarkan pada faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal tersebut dapat berupa antisipasi terhadap inflasi, nilai tukar mata uang, suku bunga perbankan, tingkat keuntungan yang diharapkan (*required rate of return*), tingkat pertumbuhan ekonomi nasional atau internasional, perubahan dalam trend *consumer spending*, siklus dalam trendi dan model, perubahan cuaca, dan sebagainya. Faktor internalnya yaitu kemungkinan kenaikan gaji dan upah, peningkatan efisiensi produk atau operasi, peluncuran produk baru, penarikan produk lama dari pasar, dan sebagainya.

Dengan metode ini, perusahaan mengidentifikasi harga pasar yang berlaku pada saat penyiapan anggaran dengan melakukan *survey* pasar atau memperoleh data sekunder. Harga yang berlaku tersebut dikalikan dengan penyesuaian (*price adjustment*) setelah mempertimbangkan faktor internal dan eksternal yang ditetapkan dalam angka indeks (persentase). Indeks 87 berarti 87/100.

c. Metode Berbasis Biaya (*Cost-Based Pricing*)

1) Biaya penuh plus tambahan tertentu (*full cost plus mark-up*)

Dalam metode ini *budgeter* harus mengetahui berapa proyeksi *full cost* untuk produk tertentu. *Full cost* adalah seluruh biaya yang dikeluarkan atau dibebankan sejak bahan baku mulai diproses sampai produk jadi siap untuk dijual. Hasil penjumlahan antara *full cost* dengan tingkat keuntungan yang diharapkan (*required profit margin*) yang ditentukan oleh direktur pemasaran atau personalia yang diberikan wewenang dalam penetapan harga, akan membentuk proyeksi harga untuk produk itu pada tahun anggaran mendatang. *Required profit margin* dapat juga ditetapkan dalam persentase. Untuk menetapkan profit, *budgeter* harus mengalikan *full cost* dengan persentase *required profit margin*. Penjumlahan antara profit dengan *full cost* akan menghasilkan proyeksi harga.

2) Biaya variabel plus tambahan tertentu (*variable cost plus mark-up*)

Dengan metode ini *budgeter* menggunakan basis *variable cost*. Proyeksi harga diperoleh dengan menambahkan *mark-up* laba yang

diinginkan. *Mark-up* yang diinginkan pada metode ini lebih tinggi dari *mark-up* dengan basis *full cost*. Hal ini disebabkan biaya variabel selalu lebih rendah daripada *full cost*.

3. Hubungan Efektifitas SIM Terhadap Harga Jual

Sebuah fenomena global dewasa ini ialah perkembangan dan berbagai terobosan di bidang teknologi informasi. Aplikasinya dalam dunia kenyataan sudah sangat beragam sehingga tidak ada lagi segi kehidupan dan penghidupan yang tidak disentuh oleh informasi, baik pada tingkat individual, tingkat kelompok atau organisasi, tingkat negara, dan bahkan dalam hubungan antar organisasi dan hubungan antar negara. Oleh karena itu, pada era globalisasi seperti sekarang ini informasi menjadi tolak ukur kemajuan suatu bangsa; bangsa yang menguasai informasi akan memainkan peran dalam kompetisi antar bangsa. Dengan demikian, ketersediaan informasi secara cepat, tepat, akurat dan berkualitas merupakan tuntutan yang tak terhindarkan.

Bagi setiap organisasi, baik organisasi pemerintah maupun swasta, sistem informasi menjadi suatu kebutuhan yang mutlak, karena keseluruhan kegiatan organisasi pada dasarnya membutuhkan informasi. Informasi merupakan sumberdaya atau *resource* organisasi yang mutlak diperlukan oleh setiap jenis organisasi guna mendukung keseluruhan proses manajerial dalam rangka pencapaian tujuan organisasi yang telah ditentukan sebelumnya. Informasi menjadi bagian yang sangat penting untuk mendukung proses kerja administrasi dan pelaksanaan fungsi-fungsi



manajemen dalam menghadapi perubahan situasi dan kondisi yang berkembang dengan cepat. Konsekuensi dari hal tersebut menuntut setiap organisasi, baik organisasi bisnis maupun organisasi non bisnis untuk mengelola informasi secara sistematis. Untuk dapat mengelola informasi secara sistematis di dalam suatu organisasi maka para ahli telah mengembangkan orientasi baru dalam bidang pengelolaan informasi dalam suatu organisasi yang dikenal dengan nama “sistem informasi manajemen” atau sering pula disebut “sistem informasi untuk pimpinan” atau “sistem keterangan untuk pimpinan”, yang dalam bahasa Inggris disebut “*management information system*”.

Sistem informasi manajemen sangat penting terutama dilihat dalam kaitannya dengan pentingnya informasi bagi setiap orang yang memimpin unit-unit atau kegiatan-kegiatan tertentu di dalam suatu organisasi untuk menjalankan fungsi-fungsi manajerial, terutama dalam pengambilan keputusan. Seperti dikatakan oleh Moekijat (2005) bahwa :

Sistem informasi manajemen adalah jaringan prosedur pengolahan data yang dirancang dan dikembangkan dalam suatu organisasi, dengan maksud memberikan data/informasi kepada manajemen/pimpinan setiap waktu diperlukan, baik data/informasi yang berifat intern maupun yang bersifat ekstern, untuk dasar pengambilan keputusan dalam menjalankan fungsi-fungsi manajerial dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Oleh karena itu sistem informasi manajemen dapat dikatakan merupakan suatu metode formal untuk menyediakan informasi yang akurat dan tepat waktu bagi manajemen, yang diperlukan untuk mempermudah proses pengambilan keputusan termasuk pengambilan keputusan harga jual

dan memungkinkan fungsi-fungsi perencanaan, pengendalian, dan operasional organisasi yang bersangkutan dapat dilaksanakan secara efektif.

Penggunaan sistem informasi manajemen yang efektif untuk mendukung pengambilan keputusan dalam suatu organisasi menuntut tersedianya beberapa komponen utama seperti : (1) perangkat keras (*hardware*) yaitu komputer yang memadai baik secara kuantitas dan terutama secara kualitas (canggih dan handal) untuk pengolahan data; (2) perangkat lunak (*software*) yaitu program atau instruksi yang diberikan oleh *programmer* kepada computer untuk melakukan pekerjaan tertentu; dan (3) para pekerja otak (*brainware*) yakni sumberdaya manusia yang profesional atau memiliki kualifikasi atau kompetensi (pengetahuan dan keterampilan) yang diperlukan di bidang pengelolaan system informasi

4. Pengambilan Keputusan Manajemen

Banyak manajer yang bergantung pada metode penyelesaian masalah secara informal. Percaya pada tradisi menyebabkan para manajer mengambil keputusan yang sama dengan keputusan terdahulu untuk masalah atau kesempatan yang sama, meminta saran kepada yang berwenang dan mengambil keputusan berdasarkan saran seorang ahli atau manajer tingkat yang lebih tinggi. Manajer yang memakai pendekatan rasional, cerdas dan sistematis akan mencapai solusi lebih baik.

Pembuatan keputusan adalah kegiatan kunci kegiatan manajer yang memainkan peranan penting, terutama bila manajer melaksanakan fungsi perencanaan yang menyangkut keputusan-keputusan yang sangat penting

dan jangka waktu yang panjang. Pengambilan keputusan menggambarkan proses yang digunakan untuk memilih suatu tindakan sebagai cara pemecah masalah. Menurut Helga (2006 ; 17) membedakan pengambilan keputusan dari penentuan pilihan (*Choice Making*) dan dari pemecahan masalah (*Problem Solving*).

Menurut Helga (2006 ; 17) langkah dalam pengambilan keputusan adalah :

- a. Pemecahan dan perumusan masalah
- b. Pengumpulan dan analisa data yang relevan
- c. Pemilihan alternatif yang ada.
- d. Komunikasi dan pelaksanaan keputusan.
- e. Langkah lanjutan dan umpan balik hasil keputusan.”

Keputusan penetapan harga jual merupakan penetapan harga jual produk atau jasa suatu perusahaan yang pada umumnya dibuat untuk jangka pendek. Keputusan ini diperoleh dari kebijaksanaan penetapan harga jual, pemanfaatan kapasitas dan tujuan perusahaan.

Menurut Afif (2009 ; 131) :

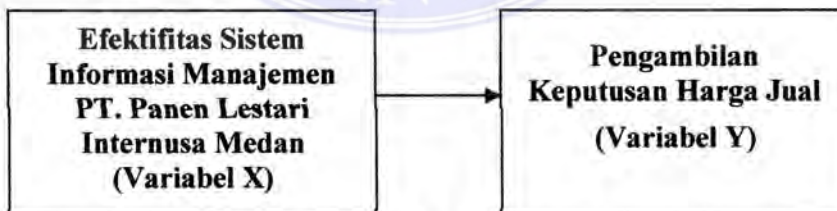
“Dalam ada tiga faktor dasar pembatasan dalam keputusan penetapan harga jual adalah sebagai berikut :

- a. Harga dasar atau harga minimal yang dibatasi oleh harga pokok produk.
- b. Harga plafon atau harga maksimal yang dibatasi oleh harga pesaing dari produk serupa.
- c. Kemampuan pelanggan untuk membayar.”

Berdasarkan tiga faktor pembatas dalam keputusan penetapan harga jual, maka dapat disimpulkan bahwa diantara harga dasar dan harga plafon untuk setiap produk terdapat harga optimum yang merupakan fungsi dari permintaan produk dan kemampuan pelanggan untuk membayar. Keputusan penetapan harga berdampak besar terhadap sejumlah kelompok masyarakat atau pihak-pihak yang berkepentingan antara lain: konsumen, karyawan, masyarakat, dan pesaing.

B. Kerangka Konseptual

Dalam sebuah penelitian, diperlukan penentuan langkah – langkah yang tersusun dengan baik yang akan digunakan sebagai pedoman dalam pelaksanaan penelitian. Langkah – langkah tersebut merupakan konsep yang ada berdasarkan tujuan penelitian dalam bentuk kerangka yang disebut sebagai kerangka konseptual. Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah dan tujuan penelitian di atas, kerangka konseptual dapat dilihat pada gambar II.1 sebagai berikut :



Gambar II.1 Kerangka Konseptual

Dalam perusahaan retail harga jual dibentuk dengan terlebih dahulu menentukan harga jual dan tingkat laba yang diinginkan. Jika sistem informasi manajemen yang diterapkan mengalami kegagalan dalam memberikan

informasi yang akurat dalam penentuan harga jual maka dikhawatirkan akan berdampak pada tingkat laba yang diperoleh perusahaan yang akhirnya akan berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan.

C. Penelitian Terdahulu

Verina H. Secapramana (2001) telah melakukan penelitian mengenai model – model penetapan harga jual. Melalui penelitiannya dengan judul “Model Dalam Strategi Penetapan Harga” mengambil kesimpulan bahwa Penyusunan strategi sangat dibutuhkan dalam suatu persaingan ataupun dalam menghadapi situasi lingkungan yang senantiasa berubah. Strategi penetapan harga, sebagai salah satu unsur dari strategi pemasaran, menjadi langkah penting bagi keberhasilan pemasaran suatu barang atau jasa.

Ria Arifianti (2010) melakukan penelitian dengan judul “Peranan Sistem Informasi Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan Seorang Manajer”. Pada penelitiannya tersebut, peneliti mengambil kesimpulan bahwa SIM diperlukan suatu organisasi selain berkaitan dengan kegiatan operasi juga dapat mendukung pengambilan keputusan seorang manajer. Proses pengambilan keputusan berkaitan dengan penyelidikan, rancangan dan pilihan serta dilakukan suatu evaluasi atau review. Untuk itu pengambilan keputusan ini memerlukan suatu data yang *up to date* (segar), dapat dipertanggungjawabkan dan dapat menjangkau semua level dalam organisasi. Masing-masing level manajer memerlukan informasi dibedakan berdasarkan

tingkatan yang ada. Hal yang membedakan lainnya hanyalah dilihat dari tingkat standarisasi, klasifikasi, generalisasi dan penyaringan informasi.

Sri Dewi Anggadini dengan penelitian berjudul “Analisis Sistem Informasi Manajemen Berbasis Komputer Dalam Proses Pengambilan Keputusan”, berkesimpulan bahwa SIM merupakan metode bagi para pimpinan perusahaan/manajer dalam upaya pengambilan keputusan yang dapat dipertanggungjawabkan. Kesimpulan lain yang dikemukakannya bahwa SIM yang berbasis komputer dapat menyajikan informasi (sebagai bahan dalam pengambilan keputusan) yang mermutu, bernilai dan berkualitas, yaitu informasi yang relevan bagi perusahaan/organisasi, yang akurat dan tentu saja informasi yang tepat waktu atau tidak basi atau kadaluwarsa. Dari kesimpulan tersebut dapat dikatakan bahwa pada sekarang ini setiap sistem informasi termasuk sistem informasi manajemen, sangat membutuhkan computer sebagai alat pendukung guna mengolah data sehingga menjadi suatu informasi yang akurat dan cepat yang dapat dimanfaatkan oleh manajemen dalam pengambilan keputusan.

Tabel II.1
Peneliti Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Verina H. S.	Model Dalam Strategi Penetapan Harga	Strategi penetapan harga, sebagai salah satu unsur dari strategi pemasaran, menjadi langkah penting bagi keberhasilan pemasaran suatu barang atau jasa
2	Ria Arifianti	Peranan Sistem Informasi Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan Seorang Manajer	SIM diperlukan suatu organisasi selain berkaitan dengan kegiatan operasi juga dapat mendukung pengambilan keputusan seorang manajer
3	Sri Dewi	Analisis Sistem	SIM merupakan metode bagi

	Anggadini	Informasi Manajemen Berbasis Komputer Dalam Proses Pengambilan Keputusan	para pimpinan perusahaan/manajer dalam upaya pengambilan keputusan yang dapat dipertanggungjawabkan
4	Toreh, Vidia M.G, Sondakh Telly, Dengo Salmin	Pengaruh Sistem Informasi Manajemen (SIM) Terhadap Efektifitas Pengambilan Keputusan di Sekretariat Daerah Kota Manado	Sistem informasi manajemen mempunyai pengaruh dan korelasi positif dan signifikan terhadap efektivitas pengambilan keputusan di Sekretariat Daerah Kota Manado.
5	M. Fitri Rahmadana dan Widho Bijaksana	Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Dan Struktur Organisasi Terhadap Efektivitas Pengambilan Keputusan Pada Kantor Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe A Belawan	Sistem Informasi Manajemen merupakan suatu proses yang akan menghasilkan suatu output berupa informasi. Sementara itu Struktur Organisasi akan menentukan bagaimana arus informasi tersebut dalam suatu organisasi. Kedua hal tersebut, Sistem Manajemen dan Struktur Organisasi akan mempengaruhi Efektivitas Pengambilan Keputusan.

Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah pada variabel bebas (variabel independen). Pada penelitian ini menggunakan variabel tunggal yaitu efektifitas sistem informasi manajemen sementara peneliti sebelumnya tidak memakai istilah efektivitas. Selain itu pada variabel terikat (variabel dependen) penelitian ini mengkhususkan pada pengambilan keputusan harga jual saja.

D. Hipotesis

Hipotesis menurut Sugiyono (2008:51) “Merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian”. Adapun hipotesis yang peneliti rumuskan adalah :

H_0 : Efektifitas sistem informasi manajemen berpengaruh terhadap pengambilan keputusan harga jual pada PT. Panen Lestari Internusa Medan.”

H_1 : Efektifitas sistem informasi manajemen tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan harga jual pada PT. Panen Lestari Internusa Medan.”



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2008 : 11) “Dikatakan metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik”. Metode kuantitatif digunakan apabila masalah merupakan penyimpangan antara yang seharusnya dengan yang terjadi, antara aturan dengan pelaksanaan, antara teori dengan praktik, antara rencana dengan pelaksanaan.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disebutkan, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur adakah pengaruh sistem informasi manajemen yang diterapkan terhadap pengambilan keputusan harga jual pada PT. Panen Lestari Internusa Medan (SOGO).

2. Lokasi Penelitian

Penelitian berlokasi di PT. Panen Lestari Internusa Medan (SOGO) yang bertempat di Jalan. Zainul Arifin Medan 20152 Telp. 061-4501155 / 061-4501175.

3. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini direncanakan empat bulan dimulai dari bulan Agustus 2015 sampai dengan bulan Desember 2015. untuk lebih jelasnya disajikan tabel waktu penelitian pada tabel berikut ini :

**Tabel III.1.
Rencana Waktu Penelitian**

No	Keterangan	Tahun 2015															
		Agustus				September				Oktober				Desember			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	Pra Riset																
2	Pengajuan Judul																
3	Pembuatan dan Bimbingan Proposal																
4	Seminar Proposal																
5	Pengumpulan Data																
6	Penyusunan dan Bimbingan Skripsi																
7	Pengajuan Sidang dan Meja Hijau																

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2012:115) pengertian populasi adalah :
 “Wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan yang terlibat dalam sistem informasi manajemen dan proses pengambilan keputusan harga jual di PT. Panen Lestari Internusa Medan (SOGO) sebanyak 35 orang. Pengambilan populasi yang dijadikan sebagai responden adalah karyawan

dikarenakan merekalah yang mengetahui sejauh mana penerapan sistem informasi digunakan dalam proses pengambilan keputusan di perusahaan termasuk pengambilan keputusan harga jual.

2. Sampel

Menurut Suharsimi (2002:112) apabila subyeknya kurang dari 100 orang, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah subyeknya besar dapat diambil antara 10%-15% atau 20%-25%, tergantung setidak-tidaknya dari:

- a. Kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga dan dana.
- b. Sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subyek, karena hal ini menyangkut banyak sedikitnya data.
- c. Besar kecilnya resiko yang di tanggung oleh peneliti.

Dari pengertian diatas, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah karyawan yang terlibat dalam sistem informasi manajemen dan proses pengambilan keputusan harga jual pada PT. Panen Lestari Internusa Medan (SOGO) pada tahun 2015 yang berjumlah 35 orang. Pengambilan sampel yang dijadikan sebagai responden adalah karyawan dikarenakan merekalah yang mengetahui sejauh mana penerapan sistem informasi digunakan dalam proses pengambilan keputusan di perusahaan termasuk pengambilan keputusan harga jual.

C. Defenisi Operasional

Pengertian variabel menurut Sugiyono (2012:59) adalah sebagai berikut: "Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang objek atau kegiatan yang mempunyai variasi yang tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".

Dalam penelitian yang dilakukan penulis terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Adapun defenisi operasional variabel dari penelitian ini adalah :

1. Variabel X (Sistem informasi manajemen), adalah serangkaian subsistem informasi yang menyeluruh dan terkoordinasi yang diterapkan oleh PT. Panen Lestari Internusa Medan (SOGO) untuk menghasilkan informasi yang dapat digunakan oleh pihak manajemen. Sistem informasi manajemen diamati dari beberapa indikator sebagai berikut :

- a. Efektifitas ketersediaan informasi pada saat diperlukan oleh manajemen/pimpinan.
- b. Efektifitas kecukupan informasi yang diperlukan oleh manajemen/pimpinan.
- c. Efektifitas ketepatan waktu penyampaian informasi kepada manajemen/pimpinan pada saat diperlukan.
- d. Efektifitas akurasi informasi yang tersedia atau yang disampaikan kepada manajemen/pimpinan.

2. Variabel Y (Pengambilan Keputusan Harga Jual) adalah langkah yang ditempuh oleh manajemen PT. Panen Lestari Internusa Medan (SOGO) untuk menetapkan dan menentukan jumlah produksi dan harga jualnya dalam suatu periode tertentu. Pengambilan keputusan ini diamati dan diukur dari beberapa indikator sebagai berikut :
- Efektifitas kecepatan pengambilan keputusan; yaitu kecepatan keputusan diambil/ditetapkan pada saat diperlukan.
 - Efektifitas rasionalitas keputusan yang diambil; yaitu tingkat sejauh mana keputusan yang diambil adalah sesuai atau punya keterkaitan langsung dengan masalah yang dihadapi, dan dapat dilaksanakan.
 - Efektifitas ketepatan keputusan yang diambil; yaitu tingkat sejauh mana keputusan dapat memecahkan masalah atau mencapai tujuan yang diinginkan;
 - Efektifitas penerimaan bawahan (para pelaksana) terhadap keputusan yang diambil.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bilangan yang diolah atau dianalisis menggunakan teknik perhitungan matematika

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah sumber data primer. Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama, baik individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Wawancara, adalah suatu cara untuk mendapatkan data dengan jalan mewawancarai langsung pihak yang berwenang dilingkungan PT. Panen Lestari Internusa Medan (SOGO).
2. Dokumentasi, yaitu mengumpulkan dokumen-dokumen dan catatan perusahaan yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.
3. Kuesioner, yaitu mengumpulkan data-data berupa jawaban dari pada responden penelitian dengan memberikan daftar pertanyaan ataupun pernyataan. Dimana setiap jawaban dari pertanyaan atau pernyataan tersebut mengandung nilai atau skor.

F. Teknik Analisis data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana yang didahului dengan menguji kualitas data hasil observasi. Setelah data diuji kemudian dilakukan analisis model dengan menggunakan regresi linier sederhana. Analisis ini berfungsi untuk menentukan model persamaan penelitian dan sekaligus menguji hipotesis yang telah dinyatakan sebelumnya.

1. Uji Kualitas Data

Setiap data yang terkumpul dan akan dianalisis, terlebih dahulu dilakukan pengujian kualitas data tersebut. Uji kualitas data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Uji Validitas Data

Uji validitas berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dapat digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Uji validitas dihitung dengan menggunakan korelasi product moment. Sugiyono (2008:15) mensyaratkan nilai r yang paling diperoleh dikonsultasikan dengan nilai r kritis = 0,30. Pada taraf signifikan 5% , jika r hitung $\geq r$ kritis maka data valid dan jika r hitung $\leq r$ kritis maka data tidak valid.

b. Uji Reliabilitas Data

Uji reliabilitas berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama sehingga instrumen penelitian tersebut telah dianggap sah. Pengujian

ini menentukan konsistensi atas suatu instrumen penelitian. Uji reliabilitas menggunakan Alpa Cronbach.

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk mempermudah proses analisis yang akan dilakukan, penulis akan membuat model analisis yang akan dilakukan penulis dalam rangka menjawab permasalahan yang ada. Untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menggunakan alat statistik regresi linier sederhana. Alat analisis ini digunakan dengan suatu alasan untuk melihat ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Berdasarkan itu semua, maka spesifikasi model yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + \beta X$$

Dimana :

Y	=	Pengambilan Keputusan Harga Jual
X	=	Efektifitas Sistem Informasi Manajemen
a	=	konstanta
β	=	Parameter koefisien variabel

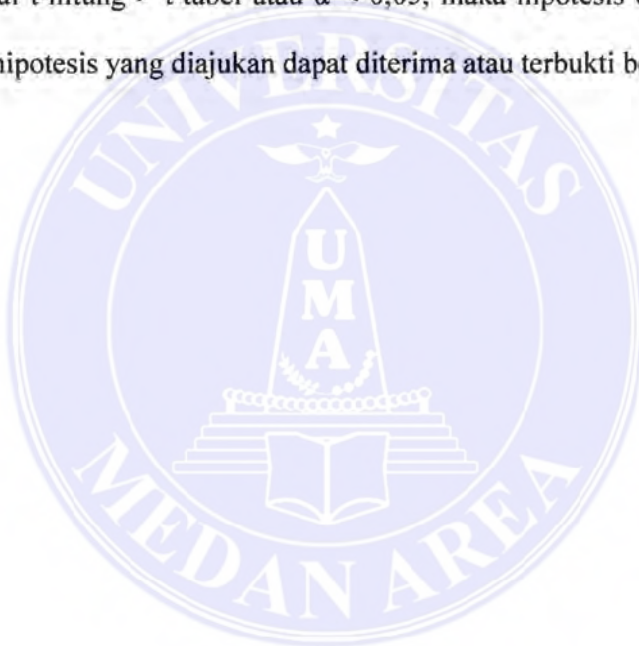
3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan uji statistik yang dilakukan dengan bantuan komputer software SPSS versi 15, hal ini dilakukan untuk menjaga akurasi dari hasil perhitungan tersebut. Dari hasil perhitungan komputer tersebut akan dianalisis melalui beberapa tahapan. Analisis data

dalam penelitian menggunakan bantuan program komputer *statistic produc and service solution* (SPSS.15).

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas/independen terhadap variabel terikat/dependen dan sekaligus untuk membuktikan hipotesis. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel pada derajat signifikansi 5 % ($\alpha = 0,05$).

Jika nilai t-hitung $>$ t-tabel atau $\alpha < 0,05$, maka hipotesis diterima, yang berarti hipotesis yang diajukan dapat diterima atau terbukti benar.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan hasil pengolahan data yang telah dilakukan, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Efektifitas sistem informasi manajemen berpengaruh terhadap pengambilan keputusan harga jual di PT. Panen Lestari Internusa Medan, hal ini ditunjukkan dengan nilai t-hitung adalah 4,460, sedangkan nilai t-tabel untuk $n = 35$ adalah 1,684, berarti $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu Efektifitas Sistem Informasi Manajemen berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Harga Jual di PT. Panen Lestari Internusa Medan.
2. Kemampuan pengaruh Efektifitas Sistem Informasi Manajemen terhadap Pengambilan Keputusan Harga Jual di PT. Panen Lestari Internusa Medan adalah sebesar 37,6 %, dan sisa sebesar 62,4 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka penulis menyarankan sebagai berikut:

1. Besar pengaruh yang melebihi 50% yaitu sebesar 37,6%, berarti efektifitas sistem informasi manajemen bukanlah factor yang dominan dalam

pengambilan keputusan harga jual di PT. Panen Lestari Internusa Medan. Oleh karena itu perlu adanya penelitian lain dengan mengganti atau menambah variable bebas. Hal ini perlu dilakukan guna mengetahui factor yang dominan dalam mempengaruhi pengambilan keputusan harga jual di PT. Panen Lestari Internusa Medan.

2. Pimpinan perlu mengidentifikasi faktor-faktor lain yang dapat meningkatkan Efektifitas Sistem Informasi Manajemen terhadap Pengambilan Keputusan Harga Jual di PT. Panen Lestari Internusa Medan. Hal ini perlu untuk meningkatkan pengaruh efektifitas sistem informasi manajemen di perusahaan. Identifikasi ini dapat dilakukan dengan memisahkan antara factor yang berpengaruh dan factor yang tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan, khususnya dalam pengambilan keputusan harga jual.
3. Perusahaan perlu melakukan penambahan karyawan (SDM) yang berkualitas khususnya dibidang IT. Bahkan kalau memungkinkan membentuk bagian atau divisi yang khusus menangani IT. Dengan demikian sistem informasi manajemen perusahaan dapat ditingkatkan dari waktu ke waktu sehingga efektifitasnya terhadap pengambilan keputusan manajemen semakin meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Panji, 2005, **Prilaku Keorganisasian**, Cetakan Pertama, Penerbit Pustaka Jaya, Jakarta.
- Afif, Faisal, 2009, **Strategi Pemasaran**, Angkasa, Bandung
- Boone, Louis E, David I. Kurtz, 2005, **Pengantar Bisnis**, Edisi yang diperbaruhi, Alih Bahasa Fadriansyah Anwar, Erlangga, Jilid dua, Jakarta
- Darmawi, Herman, 2006, **Manajemen Risiko**, Bumi Aksara Jakarta.
- Hansen, Don R. dan Maryanne M. Mowen, 2005, **Akuntansi Manajemen**, Terjemahan Dewi Fitriyani dan Deny Arnos Kwary, Salemba Empat, Jakarta.
- Helga, Drummond, 2006, **Pengambilan Keputusan Yang Efektif (*Effective Decision Making*)**, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Nasution, S. Thomas M., 2001, **Buku Penuntun Pembuat Tesis, Skripsi, Disertasi, Makalah**, Bumi Aksara, Jakarta.
- Mulyadi, 2007. **Akuntansi Manajemen Konsep, Manfaat & Rekayasa**, Edisi 3, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono, 2012, **Statistik Untuk Penelitian**, Alfa Beta, Jakarta.
- Sukirno, 2006, **Makroekonomi: Teori Pengantar**, Penerbit PT. Raja Grafindo, Persada, Jakarta.
- Syamsi, Ibnu, 2006, **Pokok-Pokok Organisasi dan Manajemen**, Penerbit Bina Aksara, Jakarta.
- Tisnawati, Erni dan Saefullah, 2005, **Pengantar Manajemen**, Prenada Media, Jakarta.
- Toreh, Vidia M.G, Sondakh Telly, Dengo Salmin, **Pengaruh Sistem Informasi Manajemen (SIM) Terhadap Efektifitas Pengambilan Keputusan di Sekretariat Daerah Kota Manado** (didownload pada hari Senin, 06 Oktober 2015 pukul 12.45 WIB), *Unikom*.
- M. Fitri Rahmadana dan Widho Bijaksana, **Pengaruh Sistem Informasi Manajemen dan Struktur Organisasi Terhadap Efektivitas Pengambilan Keputusan Pada Kantor Pelayanan Bea Dan Cukai Tipe A Belawan**, Jurnal Ilmiah "Manajemen & Bisnis" Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Vol. 02 No. 02 Oktober 2002 (Versi Online), www.manbisnis.tripod.com.
- Jurnal, **Peranan Sistem Informasi Manajemen Dalam Pengambilan Keputusan Seorang Manajer**, Ria Arifanti, 2010.