



Journal of Information System and Technology Issues

ENTERPRISE INFORMATION SYSTEM: Pemberian Bonus Pada Bagian Pemasaran

Ryan S. Alam

Universitas Bosowa, Makassar, Indonesia. Email: rysalamilmi@gmail.com

Abstrak

Sistem informasi diperlukan dalam menghubungkan antara bagian dalam suatu organisasi. Selama ini sering terdapat permasalahan penentuan bonus dan kinerja yang dibayarkan oleh bagian keuangan kepada tenaga-tenaga di bagian pemasaran. Disimpulkan bahwa EntIS merupakan sarana yang transparan, up to date, dan akuntabel dalam menangani permasalahan penentuan bonus dan kinerja pada suatu organisasi yang selalu mengalami perubahan dinamika lingkungan yang kompetitif. Hal ini didasarkan pada pemikiran bahwa dalam EntIS tercakup motivasi teknikal, motivasi kapabilitas organisasional, dan motivasi strategi/kinerja yang efisien, efektif dan integrative di dalam dan di antara perusahaan.

Keywords: *EntIS, bonus, kinerja, pemasaran*

A. LATAR BELAKANG

EntIS (Enterprise Information System) merupakan pengembangan dari sistem informasi akuntansi. Adapun EntIS itu terdiri atas beberapa bagian, terutama yang menyangkut penjualan dan pengeluaran penggajian.

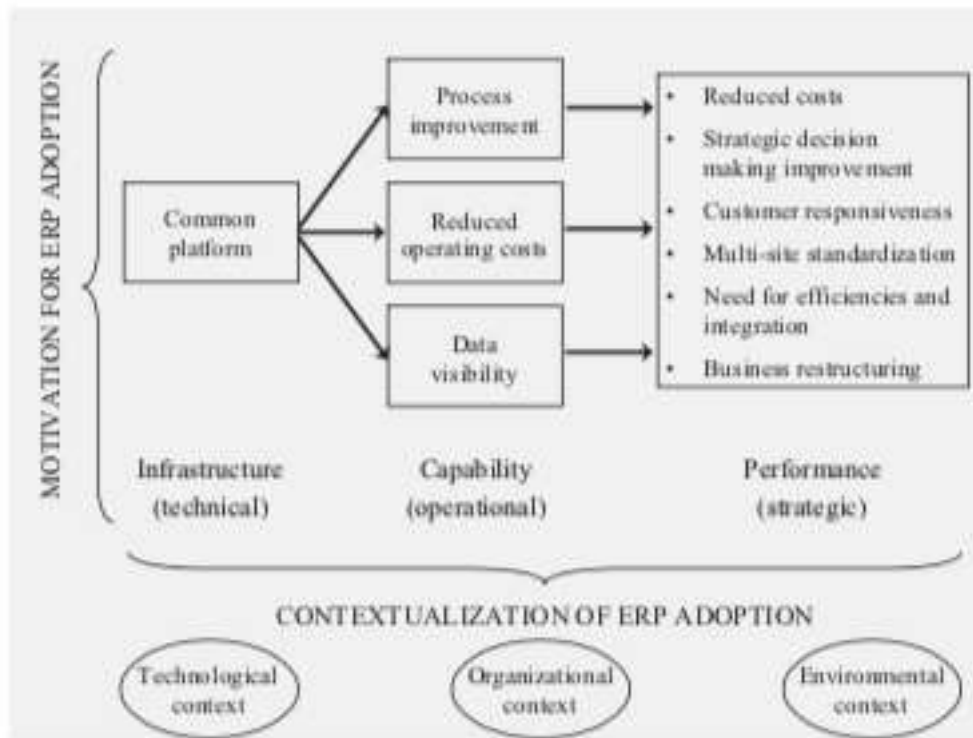
Namun dalam suatu perusahaan, belum tentu tidak terdapat permasalahan penentuan bonus dan kinerja di bagian pemasaran tersebut. Sehingga perlu membuat rancangan sistem informasi yang dapat mengkaitkan antara hasil penjualan masing-masing karyawan bagian pemasaran itu, dengan sistem pemberian bonus.

B. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

a. Gambaran Umum Enterprise Information System

EntIS atau Enterprise Resource Planning II (ERP II) merupakan perluasan ruang lingkup sistem pada ERP akibat kebutuhan organisasi yang berubah dan sebagian besar sebagai respons terhadap perubahan dinamika lingkungan yang kompetitif (Gunasekaran, 2009, 27). Selanjutnya Gunasekaran menjelaskan bahwa Kebutuhan Bisnis Utama EntIS adalah efisiensi, efektifitas dan integrasi di dalam dan di antara perusahaan yang mencakup seluruh organisasi, bahkan memperluas ke organisasi lain (lintas fungsional dan lintas mitra perusahaan, pemasok, pelanggan, dll.).

Lebih rinci terhadap organisasi, Gunasekaran (2008, 178) mengungkapkan adanya 3 (tiga) motivasi terhadap adopsi EntIS yakni motivasi teknikal sebagai konteks teknologi, motivasi kapabilitas sebagai konteks organisasional, dan motivasi strategi/kinerja untuk konteks lingkungan dimana berdasarkan wadah umumnya yang terdiri dari perbaikan proses, pengurangan biaya operasional, dan kelayakan data akan dihasilkan output berupa pengurangan biaya, keputusan strategis dalam membuat perbaikan, kepedulian terhadap pelanggan, standar yang lebih baik, kepentingan efisiensi dan integrasi, dan restrukturisasi bisnis. Uraian singkatnya digambarkan pada gambaran berikut.



b. Literature

Mengingat kebutuhan EntIS adalah untuk efisiensi, efektifitas dan integrasi di dalam dan di antara perusahaan, maka sangat diperlukan penerapannya pada bagian penjualan dan pengeluaran penggajian. Adapun salah satu cara penentuan bonus dan kinerja pemasaran adalah melalui penghitungan hasil penjualan. Hal ini memerlukan rancangan sistem informasi yang saling terkait.

Adapun rancangan sistem informasinya dilakukan melalui pembagian pada struktur organisasi, dalam hal ini terdapat bagian pemasaran, bagian penggajian dan bagian akuntansi. Adapun tugas, tanggung jawab dan fungsi masing-masing bagian tersebut dalam menghitung hasil penjualan masing-masing karyawan pemasaran dengan membuat bonus dan kinerja adalah sebagai berikut.

Bagiang Pemasaran:

- 1) Bagian Pemasaran akan membuat target penjualan pada masing-masing karyawan pemasaran, dapat dibuat target mingguan, bulanan, dan/atau tahunan.
- 2) Berdasarkan target penjualan dibuat rancangan bonus dan kinerja, seperti pencapaian target diatas 100% akan mendapatkan bonus 1% dari penjualan yang telah melebihi target. Dan bahkan bila terdapat karyawan yang penjualannya telah mencapai lebih dari 150% selama tiga tahun berturut-turut akan dipromosikan pada jenjang jabatan setingkat lebih tinggi.
- 3) Rancangan target penjualan dan bonus masing-masing dibuat rangkap 5 (lima) yang peruntukannya masing-masing adalah untuk administrasi pemasaran, untuk karyawan bersangkutan, untuk bagian akuntansi, untuk bagian penggajian, dan untuk direktur utama.
- 4) Faktur penjualan yang diterbitkan masing-masing karyawan harus dibuat rangkap 5 (lima), masing-masing adalah untuk pelanggan, untuk administrasi bagian penjualan,

- untuk bagian penagihan, bagian akuntansi, dan control penjualan bagi karyawan pemasaran tersebut.
- 5) Setiap penjualan harus didukung surat order pembelian dari pembelian dan selanjutnya dibuat order penjualan kepada bagian Gudang.
 - 6) Penomoran faktur penjualan menggunakan sistem pre-number atau nomor berurut yang dilakukan oleh administrasi pemasaran.
 - 7) Mengusulkan pemberian bonus/penilaian kinerja kepada bagian akuntansi dan bagian penggajian berdasarkan bukti-bukti dan rekapitulasi penjualan masing-masing karyawan pemasaran.

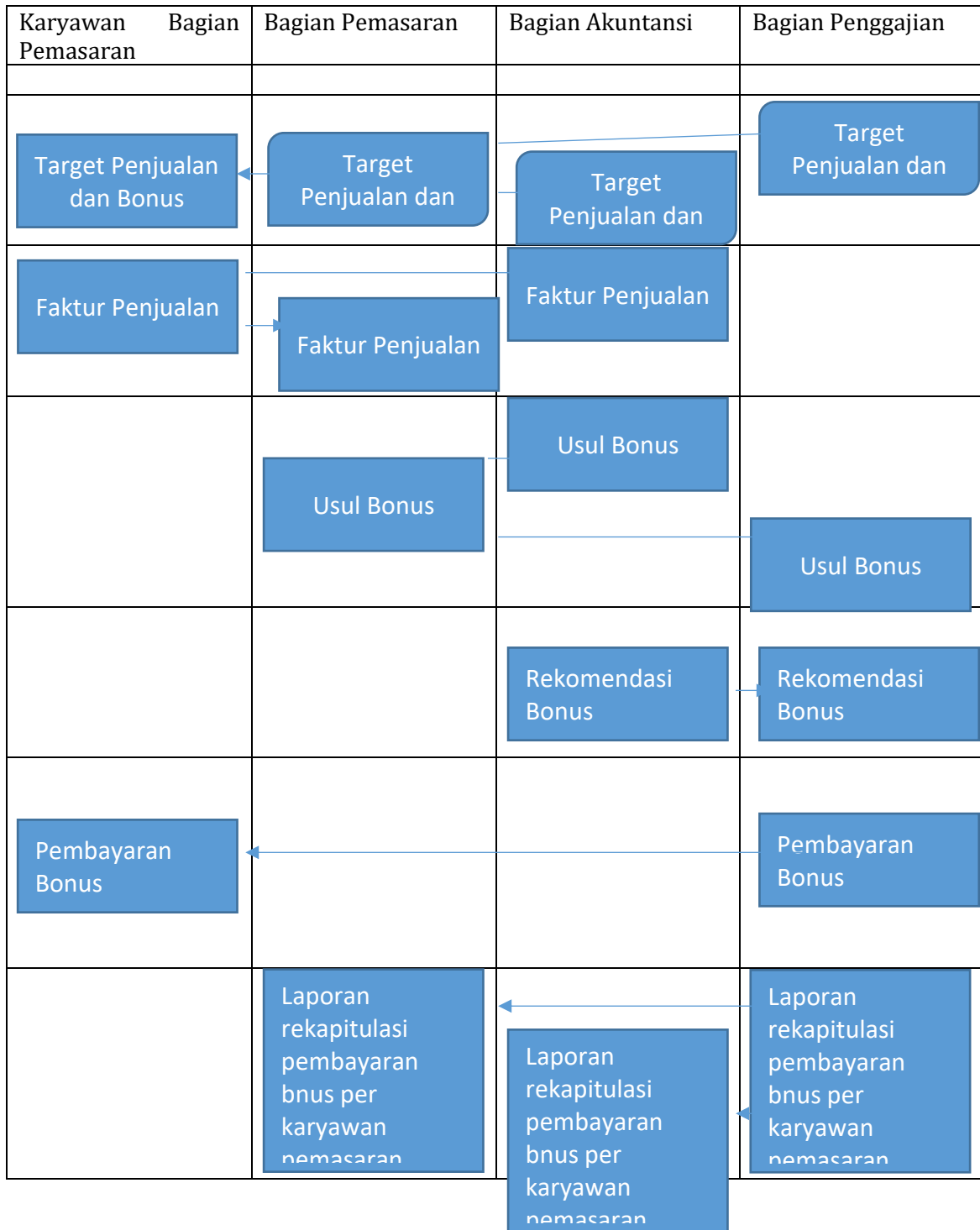
Bagian Akuntansi

- 1) Menerima tindakan Rancangan target penjualan dan bonus dari bagian pemasaran.
- 2) Menerima tindakan usulan pemberian bonus/penilaian kinerja dari bagian pemasaran.
- 3) Menerima tindakan faktur penjualan untuk dicatatkan dalam pembukuan.
- 4) Membuat laporan harian, mingguan, bulanan, dan tahunan penjualan masing-masing karyawan bagian pemasaran.
- 5) Memberikan rekomendasi bonus dan kinerja karyawan pemasaran kepada bagian penggajian berdasarkan bukti dan sistem informasi yang diinput terkait penjualan masing-masing karyawan.

Bagian Penggajian

- 1) Menerima tindakan Rancangan target penjualan dan bonus dari bagian pemasaran.
- 2) Menerima tindakan usulan pemberian bonus/penilaian kinerja dari bagian pemasaran.
- 3) Menerima surat rekomendasi bonus dan kinerja karyawan pemasaran dari bagian akuntansi.
- 4) Membuat tanda terima atau bukti transfer bank atas pembayaran bonus/kinerja karyawan yang bersangkutan
- 5) Memberikan laporan pemberian bonus karyawan yang telah melampaui target ke bagian akuntansi dan bagian pemasaran.
- 6) Membuat laporan keuangan kepada dewan direksi.

Adapun rancangan sistem informasinya adalah sebagai berikut:



C. KESIMPULAN

Disimpulkan bahwa EntIS (Enterprise Information System) merupakan sarana yang transparan, up to date, dan akuntabel dalam menangani permasalahan penentuan bonus dan kinerja di bagian pemasaran tersebut, mengingat kebutuhan EntIS adalah untuk efisiensi, efektifitas dan integrasi di dalam dan di antara perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Angappa Gunasekaran, 2009, Global Implications of Modern Enterprise Information Systems: Technologies and Applications, New York: IGI Publishing.
- Angappa Gunasekaran, 2008, Techniques and Tools for the Design and Implementation of Enterprise Information Systems, New York: IGI Publishing.
- Modul Sistem Informasi Universitas Terbuka, 2019.