



**IMPLEMENTASI SISTEM PENGENDALIAN MANAJEMEN DALAM
MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS DAN MENGATASI
HAMBATAN BISNIS ONLINE BODY CARE PADA
PT. SASTRO UTAMA MEDIA GRUP**

*Implementation Of Management Control System In Increasing Productivity
And Overcoming Online Body Care Business Barriers
At PT. Sastro Utama Media Grup*

Lilik Rahmadani¹, Halpiah^{*2}

^{1,*2}Universitas Islam Al-Azhar

¹Email: lilikrd06@gmail.com

^{*2}Email: pettamacchaya@gmail.com

Abstract

This study entitled "Implementation of Management Control Systems in Increasing Productivity and Overcoming Barriers to Online Body Care Business at PT. Sastro Utama Media Grup ". The purpose of this study is to determine whether the implementation of the management control system has been going well or not, to know the extent of the application of the management control system at PT. Sastro Utama Media Grup to increase productivity, and 3. To find out what are the obstacles in the application of the management control system at PT. Sastro Utama Media Group. This research is a qualitative research with a descriptive approach. Data collection techniques in this study were interviews and documentation. The main informants in this study are the Owner and HRD at PT. Sastro Utama Media Grup. Data analysis techniques in this study were data reduction, data presentation, and interesting reports. The results of this study indicate that the implementation of a management control system has been implemented but has not been maximized It can be seen from some staff who are placed in divisions that do not match their backgrounds and incidents of concurrent positions, PT. Sastro Utama Media Grup does not prepare budgets that are issued either monthly or annually, obstacles in online business that are often faced are more competitive competitors and a lack of understanding of digital marketing, obstacles in the application of a management control system are not having an internal audit team and no supervision carried out by external audit, absence of management information systems, absence of accounting information systems, and the absence of an internal control system.

Keywords: *Implementation, Management Control Systems, Productivity*

Abstrak

Penelitian ini berjudul "Implementasi Sistem Pengendalian Manajemen Dalam Meningkatkan Produktivitas Dan Mengatasi Hambatan Bisnis Online Body Care Pada PT. Sastro Utama Media Grup. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah implementasi sistem pengendalian manajemen sudah berjalan baik atau tidak, untuk mengetahui sejauh mana penerapan sistem pengendalian manajemen pada PT. Sastro Utama Media Grup untuk meningkatkan produktivitas, dan untuk mengetahui apa saja yang menjadi penghambat dalam penerapan sistem pengendalian manajemen pada PT. Sastro Utama Media Grup. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara dan



dokumentasi. Informan utama dalam penelitian ini adalah *Owner* dan HRD pada PT. Sastro Utama Media Grup. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi sistem pengendalian manajemen sudah dilaksanakan namun belum maksimal dapat dilihat dari beberapa *staff* yang ditempatkan pada divisi yang tidak sesuai dengan latar pendidikannya dan terjadinya rangkap jabatan, PT. Sastro Utama Media Group tidak menyusun anggaran yang dikeluarkan baik itu anggaran perbulan maupun pertahun, hambatan dalam bisnis *online* yang sering dihadapi yaitu kompetitor yang lebih *kompetitif* dan kurangnya pemahaman tentang *digital marketing*, hambatan dalam penerapan sistem pengendalian manajemen yaitu tidak memiliki tim audit internal dan tidak adanya pengawasan yang dilakukan oleh audit eksternal, tidak adanya sistem informasi manajemen, tidak adanya sistem informasi akuntansi, dan tidak adanya sistem pengendalian internal.

Kata Kunci : Implementasi, Sistem Pengendalian Manajemen, Produktivitas

PENDAHULUAN

Sistem pengendalian manajemen suatu rangkaian tindakan dan aktivitas yang terjadi pada seluruh kegiatan organisasi dan berjalan terus menerus (Sumarsan, 2013). Definisi tersebut sejalan dengan tujuan lahirnya sebuah perusahaan yaitu untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya melalui hasil penjualan produk yang di produksi ditawarkan pada konsumen melalui penjualan secara langsung *door to door* tanpa penjualan online.

Perusahaan hidup berkembang di tunjang oleh pengelolaan manajemen yang baik *planning* yang benar dengan organisasi, *action* dan *controlling* berjalan sesuai dengan sistem pengendalian manajemen perusahaan. Aturan ini berlaku untuk semua jenis perusahaan baik itu perusahaan manufaktur, perusahaan dagang, dan perusahaan jasa, agar perusahaan tersebut terus ada dan berkembang secara *kompetitif* dan bertahan, bertumbuh menghadapi persaingan *global* yang selalu berubah mengikuti perubahan zaman dan teknologi.

Penelitian ini merujuk pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Cahya, (2014) yang meneliti “Efektivitas Sistem Pengendalian Manajemen Pendapatan dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan pada PT. Kebayoran Pharma Cabang Palembang.” Tujuan dari penelitiannya untuk mengetahui efektivitas sistem pengendalian manajemen pendapatan yang dilakukan oleh PT. Kebayoran Pharma Cabang Palembang dalam meningkatkan perusahaan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Hasil penelitian dan kesimpulannya adalah PT. Kebayoran Pharma Cabang Palembang tidak pernah mencapai target yang ditetapkan dikarenakan system pengendalian manajemen pendapatan yang buruk.

Penelitian ini juga merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Chandra, (2017) yang berjudul Penerapan Sistem Pengendalian Manajemen Terhadap Kinerja Keuangan pada PT. Indojoya Agri Nusa. Hasil penelitian menunjukkan secara umum, PT. Indojoya Agri Nusa dalam mencapai laba sebagai salah satu ukuran kinerja pada perusahaan mengalami peningkatan sebesar 82,02%. Peningkatan ini menunjukkan bahwa kinerja operasional sebagai suatu ukuran prestasi kinerja bagi perusahaan telah mengalami pertumbuhan yang positif atau baik dan telah melaksanakan sistem pengendalian manajemen dengan baik.

Saat ini dunia berada di era 4.0 dan era *digitalisasi* terutama *digitalisasi marketing* yang melahirkan perusahaan perintis, *startup*, *ecacorn*, *unicorn*, *decacorn*, seperti *Amazon*, *Alibaba* yang menguasai pasar dunia dengan *digitalisasi marketingnya* melalui konsumen dengan hanya sentuhan layar *smart gadget* tanpa

bertemu langsung dengan konsumen, sistem penjualan *online* sudah mulai berkembang selama 5 tahun terakhir. *Digital marketing* merupakan pemasaran yang menggunakan *platform* yang ada di *internet* dalam melakukan kegiatan menjangkau para target konsumen, selain itu *digital marketing* bisa juga disebut sebagai “pemasaran – *i*, *webmarketing*, *online marketing*, atau *e – marketing* atau *e – commerce* adalah pemasaran produk atau jasa melalui *internet*” (Hermawan, 2012). Perubahan cara pemasaran ini, ini memaksa semua perusahaan mengubah sistem penjualan dari sistem konvensional dengan menunggu konsumen datang melakukan transaksi ditempat ke penjualan *online* dengan sistem jempol bola dengan cara melakukan penawaran barang lewat media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Whatsapp*, dan membuat *website* perusahaan.

Digitalisasi marketing terus berkembang dan diminati oleh para konsumen karena *shopping* hanya dengan sentuh jempol pada *smart gadget*, pesan, bayar barang datang tanpa ribet. Salah satu diantaranya yaitu internet sebagai *Advertising Tool* yang memiliki tujuan untuk mempromosikan dan menjual produk menggunakan iklan melalui internet dengan media sosial yang telah berkembang untuk melakukan kegiatan jual beli serta memberikan informasi suatu brand yang biasa disebut E-commerce (Arifin, 2003). Karena hal inilah semua perusahaan mengubah sistem *marketingnya* ke penjualan *online* agar lebih dekat dengan konsumennya dan sistem penjualan tersebut telah dilakukan oleh PT. Sastro Utama Media Grup.

PT. Sastro Utama Media Grup awal berdiri pada November 2017 namun belum berbentuk Perusahaan Terbuka kemudian terdaftar secara legalitas di notaris sehingga berbentuk PT pada tanggal 29 Oktober 2018. Perusahaan ini berlokasi di Jl. Rajawali no. 18 Cakranegara Mataram. PT Sastro Utama Media Grup bergerak di bidang penjualan *online body care*. Struktur organisasi pada PT. Sastro utama media grup mempunyai tingkatan yaitu dari *owner* sekaligus direktur utama dan kemudian setiap distributor mempunyai reseller kemudian setiap reseller bebas untuk merekrut *customer service*, tergantung *budget* iklan yang dikeluarkan semakin besar budget iklan maka semakin banyak pula *customer service* yang di butuhkan.

Customer service terdiri dari *customer service* kontrak yaitu karyawan yang sudah dikontrak dan bekerja langsung di kantor dan untuk *customer service* rumahan yang dimaksud adalah karyawan yang bisa bekerja dari rumah tanpa perlu ke kantor dan tidak terjalin kontrak. Dari segi pembagian gaji atau *fee* untuk karyawan kontrak mendapatkan gaji pokok, sedangkan untuk karyawan rumahan tidak mendapatkan gaji pokok, namun untuk perhitungan dan pemberian bonus dari penjualan antara karyawan kontrak dengan karyawan rumahan sama.

Sistem penjualannya yaitu dengan cara mengiklankan produk melalui sosial media seperti *Facebook* dan *Tiktok*, untuk menarik pembeli dengan memberikan informasi-informasi dan manfaat produk dengan membuat foto atau video yang menarik sehingga konsumen mau untuk mengklik iklan kemudian akan langsung terhubung ke *whatsapp* dan disini lah *customer service* dituntut untuk mampu berinteraksi atau menawarkan produk yang dijual dan meyakinkan konsumen dengan menjelaskan keunggulan dari produk tersebut sehingga konsumen tertarik untuk membeli nya.

Untuk promosi atau mengiklankan produk di media sosial seperti *Facebook* dan *Tiktok* pastinya membutuhkan budget atau modal yang tidak sedikit, karena dari

setiap inquiry atau iklan yang di klik oleh *customer* berbayar semakin banyak calon *customer* yang mengklik iklan tersebut maka semakin banyak pula *budget* yang dikeluarkan, oleh karena itu *chat* atau *inquiry* tersebut harus dimanfaatkan dengan baik dan diusahakan untuk dapat klosing.

Berdasarkan (Moeheriono, 2010) menjelaskan bahwa kinerja atau performance merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kegiatan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi. Sejalan dengan definisi tersebut sehingga perusahaan ini memiliki target pendapatan atas penjualan produk yang mereka miliki, *customer service* diberikan target penjualan perhari minimal 30% dari *chat* atau *inquiry* yang masuk perhari, begitu pula target penjualan perbulan sama yaitu minimal 30% dari total penjualan.

Namun pada kenyataannya pada PT. Sastro Utama Media Grup sering sekali ditemukan *customer service* yang belum dapat mencapai target penjualan yang sudah ditentukan setiap bulannya, karena hasil penjualan tidak sesuai dengan *budget* iklan yang dikeluarkan, dimana salah satu penyebabnya adalah kurang tanggapnya *customer service* dalam merespon atau *membackup* calon *customer* dan tidak maksimal dalam menjelaskan kelebihan dari produk yang diiklankan,

Karyawan atau *staff* pada PT. Sastro Utama Media Grup ditentukan jam kerjanya selama 8 jam kerja seharusnya jam 08.15 s/d jam 17.00, namun pada kenyataannya *customer service* dituntut untuk sebisa mungkin membalas chat diluar jam kerja sampai waktu malam, karena iklan berjalan terus selama 24 jam, tidak adanya batasan waktu kerja hal ini berdampak terhadap produktivitas karyawan terutama pemberian pelayanan terhadap konsumen, karena iklan terus berjalan selama 24 jam, dan *budget* iklan yang dikeluarkan perusahaan terus membengkak, sementara *customer service* tidak merespon konsumen karena sudah diluar jam kerja dan kelelahan, hal ini terjadi karena tidak adanya *job desk* dan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang jelas, berdasarkan hal ini dapat dilihat bahwa penerapan sistem pengendalian manajemen pada PT. Sastro Utama Media Grup belum maksimal, sehingga penjualan perusahaan menurun yang berdampak pada pendapatan dan berkurang nya laba perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Menurut (Sugiyono, 2019) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang di gunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif dimana hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Kemudian Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif. Menurut (Moleong, 2011) pendekatan deskriptif yaitu pendekatan dimana data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan buka angka-angka.

Unit Analisis Penelitian

Unit analisis penelitian dalam penelitian ini adalah melihat penerapan sistem pengendalian manajemen dalam meningkatkan produktivitas dan mengatasi hambatan di PT. Sastro Utama Media Group.



Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Sastro Utama Media Group yang berlokasi di Jl. Rajawali no. 18 Cakranegara Kota Mataram Nusa Tenggara Barat.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik observasi dimana dilakukan pengamatan langsung pada objek penelitian yaitu pada PT. Sastro Utama Media Group, kemudian teknik wawancara yaitu dengan cara melakukan komunikasi langsung antara peneliti dengan pihak-pihak yang berwenang atau yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan, selanjutnya teknik dokumentasi yaitu dengan cara mengumpulkan catatan tertulis atau dokumen-dokumen mengenai struktur organisasi, jaringan informasi pada PT. Sastro Utama Media Grup.

Analisis Data

Dalam penelitian ini Analisis data menggunakan yaitu reduksi data dimana suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan finalnya dapat ditarik dan diverifikasi, selanjutnya yaitu penyajian data dimana menurut (Milles & Huberman, 1992) membatasi suatu penyajian sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. makna-makna yang muncul dari data yang lain harus diuji kebenarannya, kekokohnya, dan kecocokannya, yakni yang merupakan validitasnya. Kemudian menarik kesimpulan dimana kesimpulan akhir tidak hanya terjadi pada waktu proses pengumpulan data saja, akan tetapi perlu diverifikasi agar benar-benar dapat dipertanggungjawabkan.

Uji Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini diuji dengan triangulasi. Yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Pemeriksaan keabsahan data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap hasil wawancara, fakta lapangan, dan data yang ada pada PT. Sastro Utama Media Group.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Implementasi Sistem Pengendalian Manajemen pada Pembagian Pertanggungjawaban kerja organisasi Pada PT. Sastro Utama Media Group

Mengenai Pembagian Pertanggungjawaban pada PT. Sastro Utama Media Group sudah menerapkan Sistem Pengendalian Manajemen namun belum maksimal dilihat dari beberapa staff yang ditempatkan pada divisi yang tidak sesuai dengan kualifikasi pendidikannya sehingga kurang memahami tentang pekerjaannya yaitu Pada divisi keuangan yaitu admin keuangan latar belakang pendidikan hanya satu yang lulusan jurusan ekonomi syariah dan yang lain lulusan non keuangan yaitu lulusan S1 Pertanian, S1 Hukum, dan S1 Pendidikan Bahasa Inggris

Implementasi Sistem Pengendalian Manajemen pada Strategi *Digital Marketing* Pada PT. Sastro Utama Media Group

PT. Sastro Utama Media Group dalam mengimplementasikan Sistem Pengendalian Manajemen terkait dengan Strategi *Digital Marketing* bahwa strategi yang digunakan yaitu memasarkan produk yang dijual dengan cara mengiklan di berbagai sosial media seperti *Facebook* dan *Tiktok* dengan berbayar dan Admin Iklan harus membuat iklan yang menarik agar dapat menarik konsumen dan produk

yang dipasarkan agar selalu *booming* dan dapat bersaing dengan pesaing. Kemudian untuk mengontrol dan *monitoring* berapa *chat* yang masuk, berapa biaya iklan yang sudah dikeluarkan menggunakan aplikasi *FacebookAds* dan *TiktokAds*

Implementasi Sistem Pengendalian Manajemen pada Penyusunan dan Realisasi Anggaran Pada PT. Sastro Utama Media Group

PT. Sastro Utama Media Group tidak membuat Penyusunan Anggaran perbulan maupun pertahun. Karena tidak memproduksi langsung produk yang dijual, sehingga tidak menyusun anggaran biaya untuk produksi. Oleh karena PT. Sastro Utama Media Group memasarkan produknya hanya melalui *online* sehingga PT. Sastro Utama Media Group hanya berfokus pada biaya periklanan saja, pada biaya periklanan yang dikeluarkan *fleksibel* setiap harinya dengan melihat kondisi iklan pada hari itu. Jika pergerakan iklan pada hari itu baik dan berpotensi bisa saja perusahaan menambah anggaran biaya iklannya, begitu juga sebaliknya jika kondisi pergerakan iklan pada hari itu dikatakan kurang berpotensi maka biaya iklan dikurangi.

Implementasi Sistem Pengendalian Manajemen Pada Pusat Pendapatan PT. Sastro Utama Media Group

Pada PT. Sastro Utama Media Group untuk mengukur dan meningkatkan produktivitas sesuai dengan Sistem Pengendalian Manajemen yaitu dengan membandingkan tingkat pengembalian *output* dibagi dengan *input*. Dengan mengukur biaya iklan yang dikeluarkan dengan jumlah penjualan yang diperoleh perhari itu. Jika anggaran iklan yang dikeluarkan sebesar Rp. 1.000.000 maka *Customer Service* harus mampu menjual produk minimal 20 pcs dengan harga Rp. 99.000/pcs sehingga pendapatannya dihitung sebesar Rp. 1.980.000 jika penjualan dibawah target minimal dianggap belum produktif. Kemudian dalam meningkatkan produktivitas PT. Sastro Utama Media memberikan penghargaan yaitu reward untuk dapat dijadikan sebagai motivasi agar penjualan dapat ditingkatkan.

Implementasi Sistem Pengendalian Manajemen pada Penyusunan Laporan Keuangan Pada PT. Sastro Utama Media Group

Berdasarkan hasil wawancara bahwa pada PT. Sastro Utama Media Group belum maksimal dalam menerapkan Sistem Pengendalian Manajemen pada penyusunan laporan keuangan karena terdapat *individu* yang merangkap jabatan karena tidak ada pembagian tugas baik yang mencatat pengeluaran maupun pemasukan dan yang membuat Laporan Keuangan hanya satu *individu* yaitu Manager Keuangan. Kegiatan memeriksa, mengawasi dan mengevaluasi Laporan Keuangan dilakukan oleh Direktur Utama (*Owner*), tidak ada terdapat Audit *Internal* maupun Audit *Eksternal* yang memeriksa, mengawasi dan mengevaluasi Laporan Keuangan perusahaan.

Implementasi Sistem Pengendalian Manajemen pada Peningkatan Total Quality Manajemen Pada PT. Sastro Utama Media Group

Memahami konsep mutu yang diinginkan pelanggan yaitu kepuasan pelanggan dimana sangat diutamakan dengan meningkatkan pelayanan dari *Customer Service* agar selalu *fast respon* dan berusaha untuk meningkatkan kualitas produk. Untuk mengetahui hal ini PT. Sastro Utama Media Group memberikan ruang bagi pelanggan untuk dapat konsultasi atas keluhan dan saran dengan membuat *group* khusus untuk saling *sharing* agar dapat meningkatkan pelayanan dan kualitas produk kedepannya. PT. Sastro Utama Media Group untuk mengetahui kebutuhan pelanggan yaitu menganalisis perilaku konsumen dengan cara melihat

perkembangan pasar mengamati, mencatat data dan informasi dari pelanggan sehingga dapat mewujudkan produk apa yang diinginkan pelanggan

Hambatan Bisnis Online Pada PT. Sastro Utama Media Group

Berdasarkan hasil wawancara mengenai hambatan bisnis online pada PT. Sastro Utama Media Group yaitu:

- a. *Kompetitor yang lebih kompetitif*
- b. Kurangnya pemahaman tentang *digital marketing*
- c. *Customer Service* yang tidak *Fast Respon* terhadap Calon *Customer* dan pelanggan
- d. Keterlambatan dalam pengiriman
- e. Pembatalan dan Retur pesanan dari *Customer*
- f. Kesalahan dalam pengemasan

Mengatasi Hambatan Bisnis Online Pada PT. Sastro Utama Media Group

Mengatasi hambatan bisnis *online* dengan menerapkan Sistem Pengendalian Manajemen secara maksimal sehingga hambatan bisnis *online* tersebut dapat di anulir atau ditiadakan.

- a. Kompetitor yang lebih kompetitif

Untuk mengatasi hambatan tersebut perusahaan menunjukkan keunikan produk, membuat video yang menarik kemudian memberikan promo seperti promo beli 2 gratis 1 dan menjaga loyalitas pelanggan sesuai dengan Sistem Pengendalian Manajemen sehingga dapat meningkatkan produktivitas.

- b. Kurangnya pemahaman tentang *digital marketing*

Kemudian untuk mengatasi hal tersebut berdasarkan Sistem Pengendalian Manajemen pada PT. Sastro Utama Media Group merekrut karyawan yang faham tentang *digital marketing* atau Admin iklan yang bertugas untuk mengelola iklan agar cepat diterima oleh pihak *Tiktok* dan *Facebook*, mengecek *traffic* hingga mengubah menjadi konversi dan dapat meningkatkan tingkat pengembalian dengan biaya yang dikeluarkan perusahaan.

- c. *Customer Service* yang tidak *Fast Respon* terhadap Calon *Customer* dan pelanggan

Untuk mengatasi hambatan diatas sesuai dengan Sistem Pengendalian Manajemen *Whatsapp* semua *Customer Service* di *scan barcode* pada *Whatsapp* sehingga kinerjanya dapat diawasi kemudian ketika sudah diawasi namun tetap tidak *fast respond* yang mengakibatkan penjualan menurun hal ini ditindak tegas oleh HRD dan diberikan Surat Peringatan agar fokus terhadap pelanggan. Perusahaan memberikan nomor telpon pengaduan pada paket pesanan untuk memberikan kritik dan saran mengenai kinerja *Customer Service*.

- d. Keterlambatan dalam pengiriman

Untuk mengatasi keterlambatan dalam pengiriman, agar sesuai dengan penerapan Sistem Pengendalian Manajemen, PT. Sastro Utama Media Group mengganti ekspedisi kemudian bekerja sama dengan ekspedisi JNT untuk pembayaran via *COD* dengan membuat perjanjian kerja sama dan kesepakatan yang jelas memberikan biaya *COD* yang lebih murah kemudian kecepatan pengiriman lebih dimaksimalkan sehingga pelanggan tidak merasa dikecewakan.

- e. Pembatalan dan Retur pesanan dari *Customer*

Untuk mengatasi hal tersebut sesuai dengan Sistem Pengendalian Manajemen PT. Sastro Utama Media Group yaitu dengan meningkatkan kualitas dalam pengemasan paket dengan melakukan *double wrapping* dengan menambahkan

bubblewrap dan menambahkan stiker bertulisan “*FRAGILE*” agar pihak ekspedisi berhati-hati dalam proses pengiriman paket. Selanjutnya untuk mengatasi hambatan kurir yang malas mengantarkan paket sampai alamat tujuan yang pertama ada *group* khusus untuk melaporkan kinerja dari kurir ekspedisi. Yang kedua dengan menghubungi *Call Centre* pusat dari pihak ekspedisi agar dapat di tindaklanjuti.

f. Kesalahan dalam pengemasan

Untuk mengatasinya sesuai dengan Sistem Pengendalian Manajemen PT. Sastro Utama Media Group sepakat dengan gudang untuk menambah karyawan untuk bagian pengemasan produk sabun dan produk *cream* berbeda sehingga kesalahan pengemasan dapat diminimalisir dan dihindari.

Hambatan Implementasi Sistem Pengendalian Manajemen Secara Maksimal Pada PT. Sastro Utama Media Grup

Berikut Hambatan penerapan sistem pengendalian manajemen secara maksimal pada PT. Sastro Utama Media Grup :

a. Implementasi Sistem Informasi Manajemen Belum Maksimal

Belum diterapkan secara maksimal sistem informasi manajemen pada PT. Sastro Utama Media Group hal ini dikarenakan tidak adanya software khusus yang memberikan informasi mengenai ketersediaan produk yang dijual. Hal ini menjadi hambatan dalam penerapan sistem pengendalian manajemen.

b. Implementasi Sistem Informasi Akuntansi Belum Maksimal

Pada PT. Sastro Utama Media Group Sistem informasi akuntansi belum terkoordinir dengan baik dalam perancangan dan pencatatan akuntansi dan laporan keuangan masih dicatat dan dikelola oleh satu individu saja.

c. Implementasi Sistem Pengendalian Internal Belum Maksimal

Pada PT. Sastro Utama Media Group belum sepenuhnya mengimplementasikan aktivitas sistem pengendalian internal secara keseluruhan dengan baik karna tidak adanya perencanaan anggaran, masih adanya rangkap jabatan, dan pengawasan laporan keuangan hanya dilakukan oleh Direktur Utama (*Owner*). Hal ini menjadi penghambat implementasi sistem pengendalian manajemen.

d. Tidak adanya Audit Internal dan Audit Eksternal

PT. Sastro Utama Media Grup belum adanya tim audit internal maupun audit eksternal yang memeriksa, mengawasi, dan mengevaluasi laporan keuangan dimana pemeriksaan, pengawasan, dan evaluasi laporan keuangan hanya dilakukan oleh Direktur Utama (*Owner*). Hal ini menjadi hambatan dalam penerapan Sistem Pengendalian Manajemen yang belum maksimal dikarenakan juga tidak adanya sistem pengendalian internal pada PT. Sastro Utama Media Grup.

KESIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat beberapa staff yang ditempatkan pada divisi yang tidak sesuai dengan latar belakang pendidikannya dan terjadi rangkap jabatan mulai dari pencatatan pengeluaran dan pemasukan, hingga pembuatan laporan keuangan hanya dilakukan oleh satu individu saja yaitu Manager keuangan hal ini dinilai sistem pengendalian manajemen belum diterapkan dengan baik.
2. PT. Sastro Utama Media Grup tidak menyusun anggaran yang dikeluarkan baik itu anggaran perbulan maupun pertahun, karna anggaran pada setiap harinya

- berbeda-beda terutama pada anggaran iklan, kemudian mengakibatkan pengeluaran yang tidak dapat dikontrol sehingga bisa disimpulkan sistem pengendalian manajemen belum dilaksanakan secara maksimal.
3. Kegiatan memeriksa, mengawasi dan mengevaluasi laporan keuangan pada PT. Sastro Utama Media Grup dilakukan oleh Direktur Utama (*Owner*) karena tidak memiliki tim audit internal dan tidak adanya pengawasan yang dilakukan oleh auditor eksternal.
 4. Hambatan bisnis online yang sering dihadapi oleh PT. Sastro Utama Media Grup antara lain kompetitor yang lebih *kompetitif*, Kurangnya pemahaman tentang *digital marketing*, *Customer service* yang tidak *fast respon* terhadap calon pelanggan, keterlambatan dalam pengiriman, pembatalan dan *retur* pesanan dari *customer*, kesalahan dalam pengemasan. Hambatan yang dihadapi tersebut PT. Sastro Utama Media Grup dapat mengatasinya sesuai dengan sistem pengendalian manajemen.
 5. Penerapan Sistem Pengendalian Manajemen pada PT. Sastro Utama Media Grup belum mampu meningkatkan produktivitas dikarenakan adanya hambatan dalam penerapan sistem pengendalian manajemen yaitu tidak adanya sistem informasi manajemen, tidak adanya sistem informasi akuntansi, tidak adanya sistem pengendalian internal, dan tidak adanya tim audit internal dan audit eksternal.
 6. Tidak adanya *job desk* dan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang jelas untuk seluruh staff dan karyawan sehingga masih bekerja diluar jam kerja.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tersebut maka saran yang dapat diberikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan tentang implementasi sistem pengendalian manajemen dalam meningkatkan produktivitas dan mengatasi hambatan bisnis online pada PT. Sastro Utama Media Grup adalah sebagai berikut:

1. Dalam merekrut staff dan karyawan sebaiknya memilih dengan latar belakang pendidikan yang sesuai berdasarkan tugas dan jabatan yang akan di pertanggung jawabkan pada PT. Sastro Utama Media Grup agar tidak terjadi kesalahan dan dapat meningkatkan produktivitas perusahaan.
2. PT. Sastro Utama Media Grup sebaiknya menambah staff pada divisi keuangan agar dapat dipisahkan bagian pencatatan, pengeluaran dan pemasukan dan penyusunan laporan keuangan agar tidak terjadi rangkap jabatan.
3. PT. Sastro Utama Media Grup sebaiknya menambah tim audit internal sehingga kegiatan memeriksa, mengawasi dan mengevaluasi laporan keuangan dilakukan dengan baik agar tidak lagi dilakukan oleh Direktur Utama (*Owner*).
4. Sebaiknya PT. Sastro Utama Media Grup melakukan perencanaan anggaran iklan setiap bulan agar dapat mendeteksi seberapa besar biaya iklan yang telah dikeluarkan dan juga dapat mengukur tingkat pengembalian sehingga sistem pengendalian manajemen bisa diterapkan dengan lebih baik.
5. Sebaiknya PT. Sastro Utama Media Grup membuat *job desk* dan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang jelas untuk seluruh staff dan karyawan terutama *customer service* agar tidak merespon *customer* diluar jam kerja yang mengakibatkan produktivitas menurun.



DAFTAR PUSTAKA

- Anthony, R. N., & Govindarajan, V. (2005). Management control system: Sistem pengendalian manajemen. *Jakarta: Salemba Empat*.
- Arifin, A. (2003). *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Basu, S. (2002). Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua. *Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty*.
- Cahya, Y. D. (2014). *Efektivitas Sistem Pengendalian Manajemen Pendapatan dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan Pada PT. Kebayoran Pharma Cabang Palembang*. Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Chandra, R. (2017). Penerapan Sistem Pengendalian Manajemen Terhadap Kinerja Keuangan Pada PT. Indojoya Agri Nusa. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 619–633.
- Hasibuan, M. S. P., & Hasibuan, H. M. S. P. (2016). *Manajemen sumber daya manusia*. Bumi Aksara.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Indonesia, I. A. (2011). Standar Profesional Akuntan Publik: Per 31 Maret 2011. *Salemba Empat, Jakarta*.
- Kansil, C. S. T., & Kansil, C. S. T. (2001). Hukum Perusahaan Indonesia. *Pradnya Paramita, Jakarta*.
- Milles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). Analisis data kualitatif: buku sumber tentang metode-metode baru. *Jakarta: UIP*.
- Moeherson, M. (2010). Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi. *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi. Bogor: Ghalia Indonesia*.
- Moleong, L. J. (2011). Metodologi Penelitian Kualitatif, cetakan XXIX. *Bandung: PT. Remaja, Rosdakarya*.
- Mulyadi. (2007). *Sistem Perencanaan dan Pengendalian manajemen* (ketiga). Salemba Empat.
- Solichin, A. W. (1997). Analisis Kebijakan: dari formulasi ke implementasi kebijakan negara. *Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara*.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Cetakan Ke-25. Bandung: CV Alfabeta*.
- Sumarsan, T. (2013). Sistem Pengendalian Manajemen: Konsep, Aplikasi, dan Pengukuran Kinerja. In *PT. Indeks. Jakarta Barat*.
- Tachjan, H., Mariana, D., & Paskarina, C. (2006). *Implementasi kebijakan publik*. AIPI.