

# **PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN SISTEM MUTU PENGELOLAAN KEUANGAN DAN PEMASARAN PADA TOKO OLEH-OLEH KHAS KOTA BATU “GARUDA SARI”**

**Candra Wahyu Hidayat & Yuli Islamiyah**

*Program Studi Manajemen, STIE INDOCAKTI, Malang*

*e-mail :indocaktistieyahoo.com*

**ABSTRAK** , Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kevalidan produk sistem mutu manajemen keuangan dan pemasaran yang disusun oleh peneliti. Produk yang dikembangkan dalam penelitian ini yaitu produk sistem mutu manajemen keuangan dan manajemen pemasaran yang berupa SOP (Standard Operating Procedure) pada Toko Oleh-oleh Khas Kota Batu Garuda Sari. Produk yang diharapkan dari penelitian ini adalah terwujudnya sebuah model sistem mutu yang terdiri dari beberapa aspek yaitu definisi, tujuan, prinsip, prosedur, bagian terkait, perangkat sampai pada contoh gambar perangkat. Bertujuan agar dalam pelaksanaan manajemen keuangan dan pemasaran memiliki kesamaan prosedur yang tepat, sehingga sesuai dengan tujuan manajemen yakni efektif dan efisien. Produk berupa SOP (Standard Operating Procedure) ini disusun untuk pelaksana kegiatan manajemen, khususnya manajemen keuangan dan pemasaran. Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan uji angket validasi dua orang ahli yaitu ahli akademisi dan praktisi. Keterbatasan penelitian dan pengembangan ini adalah sistem mutu manajemen keuangan dan manajemen pemasaran divalidasi oleh dua orang validator, jika ditinjau lebih dari dua validator ahli dimungkinkan akan lebih baik. Sistem mutu manajemen keuangan dan sistem mutu manajemen pemasaran yang dikembangkan belum diujicobakan secara real. Sistem mutu ini juga belum diujicobakan oleh perusahaan, diperlukan penelitian selanjutnya untuk diujicobakan oleh perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disarankan bahwa produk pengembangan ini dapat digunakan sebagai pedoman atau media pembelajaran bagi para pelaku dunia usaha bisnis perdagangan dalam mengelola keuangan dan pemasaran.

**Kata kunci** - Pengembangan Sistem Mutu, SOP (Standard Operating Procedure), Manajemen Keuangan dan Pemasaran

## **PENDAHULUAN**

Persaingan bisnis ritel mengalami perkembangan ditandai dengan semakin banyaknya bisnis ritel tradisional yang telah membenahi diri menjadi bisnis ritel modern. Indonesia sebagai salah satu negara yang mempunyai penduduk terbesar di dunia dan merupakan negara yang memiliki tingkat konsumsi akan barang-barang ritel yang tinggi pula. Maka tidak mengherankan jika perusahaan-perusahaan ritel baik yang ada di dalam negeri maupun di luar negeri berlomba-lomba untuk melakukan investasi pada sektor ini. Konsumen memiliki sifat yang dinamis terhadap suatu strategi pemasaran. Setiap strategi pemasaran yang telah ditetapkan oleh pemasar akan berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Berdasarkan hasil pengamatan selama melaksanakan PPL pada toko ini,

keuangan toko masih tercampur dengan pengeluaran kebutuhan rumah tangga tanpa ada pemilahan besar uang toko yang terpakai untuk kebutuhan rumah tangga. Hal ini sangat berbahaya, karena tidak menutup kemungkinan pengeluaran rumah tangga lebih besar dari keuntungan toko. Jika ini terjadi toko akan mengalami kerugian. Permasalahan ini muncul dikarenakan belum adanya SOP (*Standard Operating Procedure*) yang berlaku.

### **Tujuan Penelitian dan Pengembangan**

#### **Tujuan secara umum**

Sebagai pedoman serta acuan sebagai awal pengelola dalam mengelola suatu usahanya.

#### **Tujuan secara khusus**

Untuk mengembangkan dan merumuskan *standard operating procedure* manajemen keuangan dan pemasaran.

#### **Spesifikasi Produk yang Diharapkan**

Produk yang diharapkan dari penelitian ini adalah terwujudnya sebuah model sistem mutu yang terdiri dari beberapa aspek yaitu definisi, tujuan, prinsip, prosedur, bagian terkait, perangkat sampai pada contoh gambar perangkat. Produk berupa SOP (*Standard Operating Procedure*) ini disusun untuk pelaksana kegiatan manajemen, khususnya manajemen keuangan dan pemasaran.

### **Pentingnya Penelitian dan Pengembangan Bagi penulis**

Sebagai sarana untuk menerapkan teori yang diperoleh dalam perkuliahan.

Bagi perusahaan

Terwujudnya pengelolaan manajemen keuangan dan manajemen pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan toko Garuda Sari.

Bagi STIE INDOCAKTI

Terjalinnnya kerjasama antara perusahaan dengan lembaga.

Bagi pembaca

Menambah pengetahuan tentang bidang studi manajemen khususnya pembuatan *standard operating procedure*.

### **Asumsi dan Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan**

Asumsi dari adanya penelitian ini yaitu, dengan adanya sistem mutu, kerja karyawan tidak harus menunggu perintah dari atasan. Penelitian ini merupakan dasar untuk pengembangan sistem mutu pada masa yang akan datang sehingga sistem dapat terlaksana secara maksimal. Keterbatasan penelitian dan pengembangan dalam penelitian ini adalah sistem mutu manajemen keuangan dan manajemen pemasaran ditinjau oleh dua orang ahli validasi yaitu dosen dan pemilik perusahaan untuk memberi masukan, jika ditinjau lebih dari dua validator ahli dimungkinkan akan lebih baik dan sistem mutu manajemen keuangan dan sistem mutu manajemen pemasaran yang dikembangkan belum diujicobakan secara real.

### **Definisi Operasional**

Dalam penelitian ini membahas mengenai sistem manajemen keuangan dan manajemen pemasaran. Definisi yang ada dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Sistem Mutu Manajemen Keuangan

##### a) SOP pengisian bukti transaksi

Bukti transaksi adalah dokumen pendukung yang berisi data transaksi yang dibuat setelah melakukan transaksi untuk kebutuhan pencatatan keuangan.

##### b) SOP penjurnalan

Penjurnalan adalah proses pencatatan yang dilakukan berdasarkan urutan waktu terjadinya transaksi dengan menunjukkan rekening yang di debit dan di kredit beserta jumlahnya masing-masing.

##### c) SOP *posting*

*Posting* adalah pemindahan transaksi keuangan perusahaan kedalam buku besar pada periode tertentu atau melalui proses penjurnalan.

##### d) SOP neraca saldo

Neraca saldo adalah suatu alat yang digunakan untuk mengumpulkan saldo-saldo akhir yang terdapat dalam masing-masing buku besar agar mudah dalam membacanya.

##### e) SOP jurnal penyesuaian

Jurnal penyesuaian adalah jurnal yang dibuat untuk menyesuaikan saldo rekening-rekening ke saldo yang sebenarnya sampai dengan periode akuntansi atau untuk memisahkan antara pendapatan dan beban dari suatu periode dengan periode yang lain.

##### f) SOP laporan laba rugi

Laporan laba rugi adalah suatu bentuk laporan keuangan yang menyajikan informasi hasil usaha perusahaan yang isinya terdiri dari pendapatan usaha dan beban usaha untuk satu periode akuntansi tertentu.

##### g) SOP laporan perubahan modal

Laporan perubahan modal adalah suatu bentuk laporan keuangan yang menyajikan informasi mengenai perubahan yang terjadi pada modal suatu perusahaan untuk suatu periode akuntansi.

##### h) SOP neraca

Neraca adalah suatu laporan yang sistematis tentang aktiva, hutang, dan modal sendiri dalam suatu perusahaan dari tanggal tertentu.

##### i) SOP penjualan

Penjualan adalah penerimaan yang diperoleh dari pembelian barang dagang.

##### j) SOP pembelian perlengkapan

Pembelian perlengkapan adalah pengadaan peralatan yang dibutuhkan oleh perusahaan demi berlangsungnya proses produksi.

k) SOP pembelian peralatan

Pembelian peralatan adalah pengadaan alat-alat yang dibutuhkan perusahaan untuk melengkapi toko.

l) SOP pengamanan kas

Pengamanan kas adalah suatu upaya yang dilakukan perusahaan yaitu untuk menyimpan hasil pendapatan agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan seperti kecurian.

m) SOP pembayaran listrik

Pembayaran listrik adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh perusahaan secara berkala atas pemakaian listrik pada tiap bulannya.

n) SOP pembayaran air

Pembayaran air adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan perusahaan secara berkala pada PDAM atas pemakaian air di tiap bulannya.

o) SOP pembayaran telepon

Pembayaran telepon adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan perusahaan secara berkala atas pemakaian telepon pada setiap bulannya.

p) SOP pembayaran pajak

Pembayaran pajak adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan perusahaan kepada kantor pajak.

q) SOP pembayaran gaji karyawan

Pembayaran gaji karyawan adalah imbalan yang diberikan oleh pemberi kerja kepada karyawan, yang bersifat rutin di setiap bulannya.

r) SOP promosi

Promosi merupakan teknik komunikasi dengan menggunakan media yang bertujuan untuk menarik minat konsumen terhadap hasil produksi suatu perusahaan.

s) SOP pembelian barang dagang

Pembelian barang dagang adalah pengeluaran kas yang terjadi karena pembelian barang dagang baik tunai maupun kredit.

t) SOP pembelian mesin

Pembelian mesin adalah pengadaan mesin yang dibutuhkan agar proses operasional berlangsung lancar.

u) SOP pembayaran THR

Pembayaran THR adalah pendapatan karyawan yang wajib diberikan oleh perusahaan menjelang hari raya keagamaan.

v) SOP pembayaran uang lembur

Pembayaran uang lembur adalah pemberian tambahan gaji kepada karyawan yang memberikan segenap usahanya lebih dari jam kerja umum.

## 2. Sistem Mutu Manajemen

### Pemasaran

a) SOP spesifikasi produk

Spesifikasi produk adalah uraian terperinci mengenai macam-macam produk yang dijual pada toko.

b) SOP penentuan harga

Penentuan harga adalah menetapkan harga suatu barang, apabila harga barang terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang diperoleh.

c) SOP perencanaan pemasaran

Perencanaan pemasaran adalah penentuan segala sesuatu sebelum dilakukan kegiatan pemasaran.

d) SOP menentukan strategi pemasaran

Merupakan dasar untuk kelanjutan kegiatan pemasaran yang telah direncanakan.

e) SOP penentuan lokasi pemasaran

Penentuan lokasi pemasaran adalah penentuan tempat bagi perusahaan untuk melakukan promosi.

f) SOP menetapkan segmentasi pasar

Menetapkan segmentasi pasar adalah kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok pembeli yang berbeda yang memiliki kebutuhan.

g) SOP promosi melalui papan nama

Promosi melalui papan nama adalah promosi dengan menggunakan media papan nama yang terpampang di jalan.

h) SOP pembuatan brosur

Brosur sebagai alat promosi yang sangat ringan, yang didalamnya terdapat penjelasan tentang barang yang dijual.

i) SOP penyebaran brosur

Penyebaran brosur adalah upaya untuk memasarkan produk yang dijual di toko melalui brosur.

j) SOP pembuatan banner

Pembuatan banner adalah proses pembuatan banner yang berguna untuk pengenalan toko pada masyarakat.

k) SOP pemasangan banner

Pemasangan banner adalah peletakan banner di jalan-jalan.

l) SOP pemasaran melalui kartu nama

Pemasaran melalui kartu nama adalah pemasaran dengan menggunakan kartu kecil sebagai tanda pengenal diri kepada pelanggan.

m) SOP pemasaran melalui media elektronik (radio)

Pemasaran melalui media elektronik (radio) adalah promosi yang dapat didengarkan oleh masyarakat luas melalui radio.

n) SOP pemasaran melalui media cetak (koran)

Pemasaran melalui media cetak (koran) adalah promosi yang bertujuan sebagai promosi dimana orang akan mengerti letak tempat dan jenis produk yang akan ditawarkan.

o) SOP pemasaran melalui media internet

Pemasaran melalui media internet adalah promosi dengan menggunakan fasilitas jaringan internet sehingga toko dapat dikenal banyak orang.

p) SOP pemasaran melalui *display* pada toko

*Display* adalah pemajangan barang untuk menarik minat beli konsumen agar terciptanya pembelian.

q) SOP *personal selling*

*Personal selling* yaitu menjual produk dengan cara mengandalkan tenaga penjual yang mendatangi semua pembeli potensial untuk secara pribadi menerangkan kelebihan dari produk tersebut sehingga mereka bisa diyakinkan.

r) SOP penjualan langsung terhadap konsumen  
Penjualan terhadap pelanggan atau konsumen adalah suatu kegiatan untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan keinginan dan kebutuhan pelanggan, guna untuk mendapatkan pelanggan yang setia terhadap perusahaan.

s) SOP perbandingan harga

Mengecek perbandingan harga yang dilakukan untuk mengetahui harga produk sejenis dipasar.

t) SOP evaluasi promosi

Evaluasi promosi adalah prosedur pengendalian internal untuk membentuk strategi pemasaran ke depan.

## KAJIAN PUSTAKA

### Sistem Mutu Manajemen

#### Pengertian Sistem Mutu Manajemen

Pengertian sistem menurut Marshal dan Paul (2005) adalah rangkaian dari dua atau lebih komponen yang saling berhubungan, yang berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan, sistem hampir **selalu terdiri** dari beberapa subsistem kecil, yang masing-masing melakukan fungsi khusus yang penting dan mendukung sistem yang lebih besar. Sistem menurut Mulyadi (2001) adalah suatu jaringan prosedur yang dibuat menurut pola yang terpadu untuk melaksanakan kegiatan pokok perusahaan.

Manajemen didefinisikan sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian pekerjaan anggota organisasi, serta pengendalian sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan organisasi (Arief Suadi, 2001:6). Menurut Ishikawa dalam M. N. Nasution (2001), manajemen mutu adalah gabungan fungsi manajemen, semua bagian dari suatu perusahaan dan semua orang ke dalam falsafah holistik yang dibangun berdasarkan konsep kualitas, *team work*, produktivitas, dan kepuasan pelanggan.

#### Prinsip Sistem Mutu

Prinsip dasar manajemen mutu terdiri dari beberapa hal, sebagai berikut:

- a) Berfokus pada pelanggan;
- b) Berfokus pada upaya untuk mencegah masalah;
- c) Investasi pada manusia;
- d) Memiliki strategi untuk mencapai kualitas;
- e) Memperlakukan keluhan sebagai umpan balik untuk memperbaiki diri;

### Manajemen Keuangan.

#### Definisi Manajemen Keuangan

Menurut Agus Sartono (2001) manajemen keuangan adalah manajemen dana baik yang

berkaitan dengan pengalokasian dana dalam berbagai bentuk investasi secara efektif maupun usaha pengumpulan dana untuk pembiayaan investasi atau pembelanjaan secara efisien. Sutrisno (2003) menjelaskan manajemen keuangan adalah semua aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan usaha mendapatkan dana perusahaan dengan biaya yang murah serta usaha untuk menggunakan dan mengalokasikan dana tersebut secara efisien.

### **Prinsip Manajemen Keuangan**

Ada 7 prinsip dari manajemen keuangan yang harus diperhatikan menurut James C. Van Horne, John M. Wachowicz (2009):

#### **Konsistensi**

Sistem dan kebijakan keuangan dari organisasi harus konsisten dari waktu ke waktu.

#### **Akuntabilitas**

Kewajiban moral atau hukum, yang melekat pada individu atau kelompok untuk menjelaskan bagaimana dana, peralatan atau kewenangan yang diberikan pihak ketiga telah digunakan.

#### **Transparansi**

Organisasi harus terbuka berkenaan dengan pekerjaannya, menyediakan informasi berkaitan dengan rencana dan aktivitasnya kepada para pemangku kepentingan.

#### **Kelangsungan Hidup**

Agar keuangan terjaga, pengeluaran organisasi di tingkat strategi maupun operasional harus sejalan atau disesuaikan dengan dana yang diterima.

#### **Integritas**

Dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya, individu yang terlibat harus mempunyai integritas yang baik.

#### **Pengelolaan**

Organisasi harus dapat mengelola dengan baik dana yang telah diperoleh dan menjamin bahwa dana tersebut digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

#### **Standar Akuntansi**

Sistem akuntansi dan keuangan yang digunakan organisasi harus sesuai dengan prinsip dan standar akuntansi yang berlaku umum.

## **Manajemen Pemasaran**

### **Pengertian Manajemen**

#### **Pemasaran**

Manajemen pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong (1986:20) pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.

Jadi, dapat diartikan bahwa manajemen pemasaran adalah sebagai analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan – tujuan organisasi.

#### **Konsep Pemasaran**

Menurut Basu Swastha dan Handoko (1997) dalam pemasaran terdapat enam konsep yang merupakan dasar pelaksanaan kegiatan pemasaran suatu organisasi yaitu:

##### **Konsep produksi**

Konsep ini berorientasi pada produksi dengan mengerahkan segenap upaya untuk mencapai efisiensi produk tinggi dan distribusi yang luas.

##### **Konsep produk**

Tugas manajemen dalam konsep produksi disini adalah membuat produk berkualitas, karena konsumen dianggap menyukai produk berkualitas tinggi dalam penampilan dengan ciri – ciri terbaik.

##### **Konsep penjualan**

Organisasi harus melaksanakan upaya penjualan dan promosi yang agresif.

##### **Konsep pemasaran**

bertujuan untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan.

##### **Konsep pemasaran sosial**

Konsep pemasaran sosial berpendapat bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan kepentingan pasar sasaran.

##### **Konsep pemasaran global**

Tujuan akhirnya adalah berupaya untuk memenuhi keinginan semua pihak yang terlibat dalam perusahaan.

## **METODE PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN**

### **Model Penelitian dan Pengembangan**

Skripsi yang berjudul Penelitian dan Pengembangan Sistem Mutu Pengelolaan Keuangan dan Pemasaran pada Toko Oleh-oleh Khas Kota Batu Garuda Sari ini menggunakan metodologi penelitian *Research & Development* (R&D).

### **Prosedur Penelitian dan Pengembangan**

Metode penelitian dan pengembangan antara lain :

Potensi dan masalah

Masalah dalam penelitian ini telah dijelaskan pada bagian latar belakang yaitu banyak sekali kegiatan operasional yang tidak dirinci prosedur-prosedurnya.

Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan cara analisis kebutuhan perusahaan, mencari referensi buku yang dapat dijadikan acuan dalam pengembangan sistem.

Desain Produk

Dalam penelitian ini desain produk diwujudkan dalam bentuk sistem mutu operasional perusahaan.

Validasi Ahli Produk

Validasi ahli produk dalam penelitian ini dilakukan dengan cara memberikan angket penilaian kepada dua ahli yaitu akademisi dan praktisi.

Revisi Produk

Apabila masih ada sistem mutu yang salah, peneliti terus membenahi sampai benar agar mudah dipahami oleh semua kalangan yang membaca sistem mutu.

Produk Jadi

Pembuatan produk dilakukan apabila produk yang telah diuji dinyatakan efektif dan layak untuk diproduksi oleh ahli.

### **Uji Coba Produk**

Dalam tahap pengembangan langkah yang ditempuh adalah proses evaluasi formatif dari sistem mutu pengelolaan keuangan dan sistem mutu pengelolaan pemasaran yang akan dikembangkan.

#### 1. Desain Uji Coba

Dalam penelitian ini, data yang diperoleh berupa angka yang nantinya dianalisis secara statistik.

#### 2. Subyek Coba

Subyek yang meneliti sistem mutu sebanyak dua orang ahli, yaitu akademisi dan praktisi.

#### 3. Jenis Data

Jenis data yang digunakan oleh penulis dalam menyusun penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif.

#### 4. Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan:

Observasi

Wawancara

Angket Validasi Ahli

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan dua teknik analisis data yaitu:

Analisis deskriptif

Penentuan nilai analisis rata-rata didasarkan atas pendapat Arikunto (2006) yang menyatakan bahwa untuk mengetahui peringkat nilai akhir pada setiap butir angket penelitian, jumlah nilai yang diperoleh dibagi dengan banyaknya responden yang menjawab angket penelitian tersebut.

Berdasarkan pendapat tersebut, rumus untuk menghitung rata-rata adalah sebagai berikut:

$$x = \frac{\sum x}{n}$$

Keterangan:

x = nilai rata-rata.

x = jumlah skor jawaban penilaian.

n = jumlah validator.

Untuk dapat memberikan makna dalam pengambilan keputusan digunakan konversi skala tingkat pencapaian sebagai berikut :

**Tabel 3.1: Konversi Tingkat Pencapaian dengan Skala 5**

Tingkat Pencapaian	Kualifikasi
81 < x 100	Valid
63 < x 81	Cukup Valid
44 < x 63	Kurang Valid
0 < x 44	Tidak Valid

a) Analisis Uji T (Uji Kesamaan Rata-Rata)  
Teknik analisis data menggunakan *Independent Sample T-Test*. *Independent Sample T-Test* adalah jenis uji statistika yang bertujuan untuk membandingkan rata-rata dua grup yang tidak saling berpasangan atau tidak saling berkaitan.

adanya hipotesis,

Ho : varians validasi SOP akademisi dan praktisi adalah sama

Ha : varians validasi SOP akademisi dan praktisi adalah tidak sama Dengan,

Sig (2-tailed) > , maka Ho diterima sedangkan Ha ditolak

Sig (2-tailed) < , maka Ha diterima sedangkan Ho ditolak

## HASIL PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN

### Penelitian Awal

#### Paparan Data

Paparan data yang diperoleh dari peneliti awal adalah sejarah berdirinya usaha bisnis, visi misi, budaya, komitmen, struktur organisasi usaha serta data keuangan usaha.

#### Analisis data

Dalam penelitian dan pengembangan ini yang diteliti adalah sebuah sistem mutu pengelolaan manajemen keuangan dan pemasaran pada toko oleh-oleh khas kota Batu Garuda Sari. Sistem mutu ini diuji oleh ahli berdasarkan empat aspek penilaian yaitu tingkat kegunaan, tingkat kemudahan penggunaan, tingkat kelengkapan serta keterbacaan.

#### Kesimpulan

Sistem mutu pengelolaan keuangan dan pemasaran sangat diperlukan dalam bisnis, karena dengan adanya sistem mutu akan

meningkatkan proses operasional toko. Dengan adanya *standard operating procedure* yang tertulis maka para pelaku usaha tidak harus mengajarkan setiap sistem operasional yang ada di dalam perusahaan.

### Validasi Ahli

Langkah-langkah validasi ahli dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Pembuatan produk awal.
- Pemilihan variabel produk yang dijadikan fokus utama validasi ahli, yakni berdasarkan pada hasil penelitian awal.
- Pengembangan angket untuk validasi ahli dan form daftar riwayat hidup yang melakukan validasi. Angket validasi dan form daftar riwayat hidup terlampir.
- Pengiriman produk, angket dan form daftar riwayat hidup kepada ahli.
- Pengambilan angket yang telah diisi oleh dua orang ahli.
- Analisis data.

Skor rata-rata yang diberikan oleh validator ahli pada tingkat kegunaan sebesar 90 berada pada kategori "Valid", pada tingkat kemudahan penggunaan sebesar 92,75 berada pada kategori "Valid", pada tingkat kelengkapan sebesar 94 berada pada kategori "Valid", pada tingkat keterbacaan sebesar 93 berada pada kategori "Valid". Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengembangan sistem mutu pengelolaan keuangan dan pemasaran ini memiliki tingkat kegunaan, kemudahan penggunaan, tingkat kelengkapan, dan tingkat keterbacaan "Valid".

### Hasil Analisis Data Pendukung

- Tingkat kegunaan pengembangan sistem mutu pengelolaan keuangan dan pemasaran berada pada kategori "Valid".
- Tingkat kemudahan pengguna pengembangan sistem mutu pengelolaan keuangan dan pemasaran berada pada kategori "Valid".
- Tingkat kelengkapan pengembangan sistem mutu pengelolaan keuangan dan pemasaran berada pada kategori "Valid".

- d. Tingkat keterbacaan pengembangan sistem mutu pengelolaan keuangan dan pemasaran berada pada kategori “Valid”.

#### KAJIAN DAN SARAN

##### Kajian Produk yang telah Direvisi

Berdasarkan skala kategori yang telah terpapar, skor rata-rata yang diberikan oleh validator ahli pada tingkat kegunaan sebesar 90 berada pada kategori “Valid”, pada tingkat kemudahan penggunaan sebesar 92,75 berada pada kategori “Valid”, pada tingkat kelengkapan sebesar 94 berada pada kategori “Valid”, pada tingkat keterbacaan sebesar 93 berada pada kategori “Valid”. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengembangan sistem mutu pengelolaan keuangan dan pemasaran ini memiliki tingkat kegunaan, kemudahan penggunaan, tingkat kelengkapan, dan tingkat keterbacaan “Valid”.

##### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pada tingkat kegunaan, kemudahan keterbacaan, kelengkapan dan keterbacaan pengembangan sistem mutu pengelolaan keuangan dan pemasaran berada pada kategori “Valid”.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basu Swasta, dan Handoko, T Hani. 1997. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty
- Kotler Philip dan Amstrong, 1986. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Erlangga.
- M. N. Nasution, M. Sc. 2001. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Marshal dan Paul. 2005. *Sistem Informasin Akuntansi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Mulyadi. 2001. *Sistem Akuntansi*. Jakarta : Salemba Empat
- Sartono Agus .2001. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*, Edisi Keempat. Yogyakarta : BPFE
- Suadi, Arief. 2001. *Sistem Pengendalian Manajemen*, Edisi Satu. Yogyakarta : BPFE
- Sutrisno, 2003, *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi*, Edisi Pertama, Cetakan Ketiga, Yogyakarta : Ekonisia
- Van Horne, James C. 2009. *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan*. Salemba Jakarta

