



**PENGARUH *DISCOUNT* TERHADAP PENINGKATAN  
PENJUALAN ONLINE *BRAND TRUE TO SKIN* DALAM  
SISTEM AKUNTANSI PADA PT TRINITI TUNGGAL ABADI**

**TUGAS AKHIR**

**Oleh :**

**ERICILLIA METTA PUTRI SUGIANTO**

**20221300012**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI (D3)**

**KONSENTRASI AKUNTANSI KEUANGAN DAN PERPAJAKAN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG**

**2025**



**PENGARUH *DISCOUNT* TERHADAP PENINGKATAN  
PENJUALAN ONLINE *BRAND TRUE TO SKIN* DALAM  
SISTEM AKUNTANSI PADA PT TRINITI TUNGGAL ABADI**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar  
Ahli Madya Akuntansi Pada Program Studi Akuntansi (D3) Fakultas Bisnis**

**Universitas Buddhi Dharma Tangerang  
Jenjang Pendidikan Diploma 3**

**Oleh :**

**FRICILLIA METTA PUTRI SUGIANTO**

**20221300012**

**FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG**

**2025**

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA**

**TANGERANG**

**LEMBAR PERSETUJUAN USULAN TUGAS AKHIR**

Nama Mahasiswa : Fricillia Metta Putri Sugianto  
NIM : 20221300012  
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan  
Program Studi : Akuntansi (D3)  
Fakultas : Bisnis  
Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Discount* Terhadap Peningkatan Penjualan  
Online *Brand True To Skin* Dalam Sistem Akuntansi pada  
PT Trinita Tunggal Abadi

Usulan Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dalam pembuatan Tugas Akhir.

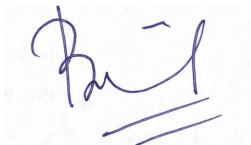
Tangerang, 18 Maret 2025

Menyetujui,

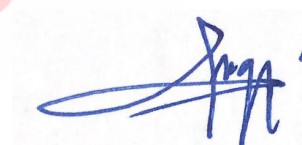
Mengetahui,

Pembimbing,

Ketua Program Studi,



**Benyamen Minggu Melatnebar, S.E., M.Ak.**  
NUPTK : 7946759660130172



**Peng Wi, S.E., M.Akt.**  
NUPTK : 3938754655130212

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA**

**TANGERANG**

**LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING**

Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Discount* Terhadap Peningkatan Penjualan  
Online *Brand True To Skin* Dalam Sistem Akuntansi pada  
PT Trinita Tunggal Abadi

Disusun oleh,

Nama Mahasiswa : Fricillia Metta Putri Sugianto

NIM : 20221300012

Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan

Program Studi : Akuntansi (D3)

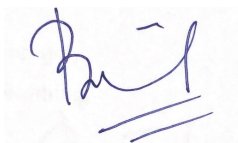
Fakultas : Bisnis

Tugas Akhir ini kami setujui untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Universitas  
Buddhi Dharma sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar **Ahli  
Madya Akuntansi (A.Md., Ak.)**.

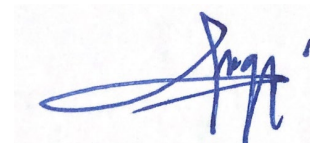
Tangerang, 23 Juni 2025

Menyetujui,  
Pembimbing,

Mengetahui,  
Ketua Program Studi,



**Benyamen Minggu Melatnebar, S.E., M.Ak.**  
NUPTK : 7946759660130172



**Peng Wi, S.E., M.Akt.**  
NUPTK : 3938754655130212

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA**

**TANGERANG**

**REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG TUGAS AKHIR**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Benyamen Minggu Melatnebar, S.E., M.Ak.

Kedudukan : Pembimbing

Menyatakan bahwa,

Nama Mahasiswa : Fricillia Metta Putri Sugianto

NIM : 20221300012

Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan

Program Studi : Akuntansi (D3)

Fakultas : Bisnis

Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Discount* Terhadap Peningkatan Penjualan Online *Brand True To Skin* Dalam Sistem Akuntansi pada PT Trinita Tunggal Abadi

Telah layak untuk mengikuti sidang Tugas Akhir.

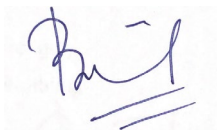
Tangerang, 23 Juni 2025

Menyetujui,

Mengetahui,

Pembimbing,

Ketua Program Studi,



**Benyamen Minggu Melatnebar, S.E., M.Ak.**  
NUPTK : 7946759660130172

**Peng Wi, S.E., M.Ak.**  
NUPTK : 3938754655130212

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA**

**TANGERANG**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Nama Mahasiswa : Fricillia Metta Putri Sugianto  
NIM : 20221300012  
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan  
Program Studi : Akuntansi (D3)  
Fakultas : Bisnis  
Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Discount* Terhadap Peningkatan Penjualan Online *Brand True To Skin* Dalam Sistem Akuntansi pada PT Trinita Tunggal Abadi

Telah dipertahankan dan dinyatakan **LULUS** pada Yudisium dalam Predikat “**DENGAN PUJIAN**” oleh Tim Penguji pada hari Rabu, tanggal 20 Agustus 2025.

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

Ketua Penguji : **Etty Herijawati, S.E., M.M.**  
NUPTK : 2748748649230102



Penguji I : **Peng Wi, S.E., M.Akt.**  
NUPTK : 3938754655130212



Penguji II : **Yopie Chandra, S.E., M.Akt**  
NUPTK : 2546743644130062



Dekan Fakultas Bisnis,



**Rr. Dian Anggraeni, S.E., M.Si.**  
NUPTK : 9759751652230072

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis, tugas ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Diploma di Universitas Buddhi Dharma ataupun di Universitas lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan original penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dosen pembimbing.
3. Dalam karya tulis tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis dengan jelas dan dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis, tugas akhir ini tidak terdapat (kebohongan) pemalsuan, seperti: buku, artikel, jurnal, data sekunder, data responden, data kuesioner, pengolahan data, dan pemalsuan tanda tangan dosen atau Ketua Program Studi atau Ketua Bidang Akademik atau Rektor Universitas Buddhi Dharma yang dibuktikan dengan keasliannya.
5. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Buddhi Dharma.

Tangerang, 23 Juni 2025  
Yang membuat pernyataan,



Fricillia Metta Putri Sugianto  
NIM: 20221300012

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA  
TANGERANG**

**LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Dibuat Oleh,

Nama Mahasiswa : Fricillia Metta Putri Sugianto  
NIM : 20221300012  
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan  
Program Studi : Akuntansi (D3)  
Fakultas : Bisnis

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak Universitas Buddhi Dharma, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah kami yang berjudul: “Pengaruh *Discount* Terhadap Peningkatan Penjualan Online *Brand True To Skin* Dalam Sistem Akuntansi pada PT Trinita Tunggal Abadi”.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini pihak Universitas Buddhi Dharma berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di *internet* atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan Universitas Buddhi Dharma, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 28 Agustus 2025



Fricillia Metta Putri Sugianto

# **PENGARUH *DISCOUNT* TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN ONLINE *BRAND TRUE TO SKIN* DALAM SISTEM AKUNTANSI PADA PT TRINITI TUNGGAL ABADI**

## **ABSTRAK**

Peningkatan penjualan pada era digital tidak hanya bergantung pada strategi pemasaran, tetapi juga pada sistem akuntansi yang mampu mencatat transaksi secara akurat. Salah satu strategi pemasaran yang umum digunakan adalah pemberian diskon, yang terbukti efektif dalam menarik minat konsumen dan meningkatkan volume penjualan. Namun, diskon juga berdampak langsung pada pencatatan keuangan karena harus diakui sebagai pengurang penjualan kotor untuk menghasilkan penjualan bersih yang tercermin dalam laporan laba rugi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh diskon terhadap peningkatan penjualan online brand *True To Skin* serta meninjau peran sistem akuntansi penjualan PT Trinito Tunggal Abadi dalam mencatat transaksi tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi diskon berkontribusi pada peningkatan nilai penjualan dan jumlah produk terjual, sementara sistem akuntansi berperan penting dalam menyediakan informasi keuangan yang relevan, transparan, dan dapat digunakan manajemen untuk evaluasi strategi bisnis.

**Kata kunci:** Diskon, Penjualan Online, Sistem Akuntansi, True To Skin

***THE EFFECT OF DISCOUNTS ON INCREASING ONLINE  
SALES OF TRUE TO SKIN BRAND IN THE ACCOUNTING  
SYSTEM AT PT TRINITI TUNGGAL ABADI***

***ABSTRACT***

*Sales growth in the digital era depends not only on marketing strategies but also on accounting systems that can record transactions accurately. One of the most widely used marketing strategies is discounting, which has proven effective in attracting consumers and increasing sales volume. However, discounts directly affect financial reporting since they must be recognized as a deduction from gross sales to obtain net sales reflected in the income statement. This study aims to analyze the effect of discounts on increasing online sales of the True To Skin brand and to examine the role of the sales accounting system at PT Triniti Tunggal Abadi in recording these transactions. The results indicate that discount strategies contribute to higher sales value and product volume, while the accounting system plays a crucial role in providing relevant and transparent financial information that management can use to evaluate business strategies.*

***Keywords:*** *Discount, Online Sales, Accounting System, True To Skin*

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan kasih-Nya yang melimpah, penulis berhasil menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul **“Pengaruh *Discount* Terhadap Peningkatan Penjualan Online *Brand True To Skin* Dalam Sistem Akuntansi pada PT Trinita Tunggal Abadi”** tepat waktu. Penulisan ini disusun sebagai salah satu bentuk pertanggung jawaban akademik selama menjalankan kerja magang pada posisi Staff Marketing (*Host Live Streaming*) di PT Trinita Tunggal Abadi, khususnya di *brand True to Skin*. Pelaksanaan kerja magang ini memberikan saya kesempatan untuk mengembangkan keterampilan di bidang komunikasi digital, interaksi publik, serta strategi pemasaran yang diterapkan untuk meningkatkan penjualan dan aplikatif khususnya dalam penjualan online.

Selama penulis sedang menyelesaikan laporan, penulis menerima berbagai bentuk dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak dan memperoleh banyak pengalaman yang dapat dijadikan pembelajaran di masa yang akan datang. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan rendah hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Limajatini, S.E., M.M., B.K.P Selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma.
2. Ibu Rr. Dian Anggraeni, S.E, M.Si., Selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma.
3. Bapak Peng Wi, S.E., M.Akt Selaku Ketua Program Studi Akuntansi D3 Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma.
4. Bapak Benyamen Minggu Melatnebar, S.E., M.Ak, Selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir atas waktu, tenaga, pikiran dan dorongan yang sudah diberikan untuk membantu dan mengarahkan penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir.
5. Seluruh dosen Universitas Buddhi Dharma atas dedikasi dan ilmu yang telah diberikan kepada penulis selama masa studi.

6. Ibu Elizabeth Grace selaku Pembimbing Kerja Magang dan seluruh karyawan di PT Trinita Tunggal Abadi khususnya *Brand True To Skin* yang telah membimbing dan memberikan arahan dalam melaksanakan kerja magang.
7. Ucapan terima kasih penulis dengan rendah hati dan rasa hormat kepada orang tua. Ibu Liana Soesantoso dan Ayah Wawan Sugianto, Adik penulis Fernando Virya Putra Sugianto serta keluarga besar penulis yang telah memberikan dukungan, doa dan nasihat kepada penulis.
8. Eleazar Adina Amazia Achmaddhi selaku kekasih penulis yang selalu ada dan terus memberikan dukungan dengan sepenuh hati untuk berjuang menyelesaikan tugas akhir ini hingga selesai.
9. Kepada sahabat penulis, Rosa Angelica terima kasih telah memberikan dukungan untuk dapat lanjut berkuliah dan menyelesaikannya hingga akhir.
10. Kepada sahabat penulis satu fakultas, satu universitas, dan satu angkatan, Selvi Anggraeni dan Tiara Charli terima kasih atas kebersamaannya, serta dukungannya selama masa perkuliahan dan penyusunan tugas akhir ini.

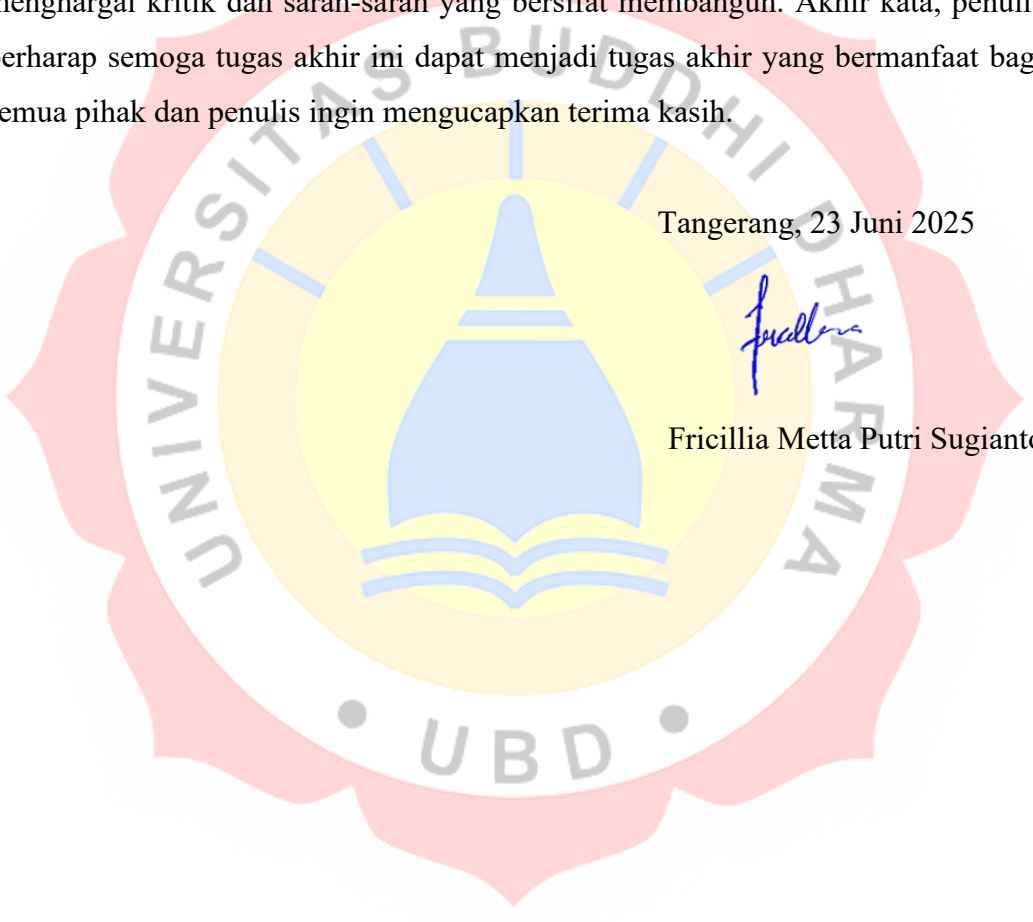
11. Kepada rekan-rekan angkatan 2022 jurusan Akuntansi D3 terima kasih atas kebersamaannya selama ini dan perjuangannya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Kepada semua pihak lain yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu terima kasih atas doa dan dukungannya kepada saya dalam mengerjakan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu penulis sangat menghargai kritik dan saran-saran yang bersifat membangun. Akhir kata, penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat menjadi tugas akhir yang bermanfaat bagi semua pihak dan penulis ingin mengucapkan terima kasih.

Tangerang, 23 Juni 2025



Fricillia Metta Putri Sugianto



## DAFTAR ISI

**JUDUL LUAR**

**JUDUL DALAM**

**LEMBAR PERSETUJUAN USULAN TUGAS AKHIR**

**LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING**

**REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG TUGAS AKHIR**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SURAT PERNYATAAN**

**LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH**

**ABSTRAK ..... i**

***ABSTRACT* ..... ii**

**KATA PENGANTAR ..... iii**

**DAFTAR ISI ..... vi**

**DAFTAR TABEL ..... viii**

**DAFTAR GAMBAR ..... ix**

**DAFTAR LAMPIRAN ..... x**

**BAB I PENDAHULUAN ..... 1**

1.1 Latar Belakang ..... 1

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang ..... 6

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang ..... 7

**BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN ..... 8**

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan ..... 8

2.2 Visi dan Misi Perusahaan ..... 9

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan ..... 9

<b>BAB III PELAKSAAN KERJA MAGANG .....</b>	<b>11</b>
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	11
3.2 Tugas yang Dilakukan.....	11
3.3 Uraikan Pekerjaan Kerja Magang .....	12
3.3.1 Diskon yang diterapkan	
<i>Brand True To Skin</i> dalam Meningkatkan Penjualan .....	13
3.3.2 Sistem Akuntansi Penjualan Online pada Perusahaan.....	23
3.3.3 Peran Metode Diskon dan Pencatatan Akuntansi .....	27
3.3.4 Kendala yang ditemukan.....	29
3.3.5 Solusi atas Kendala yang ditemukan .....	29
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>30</b>
4.1 Kesimpulan .....	30
4.2 Saran.....	30
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>31</b>
<b>FORMULIR PENILAIAN .....</b>	<b>34</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>35</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>36</b>

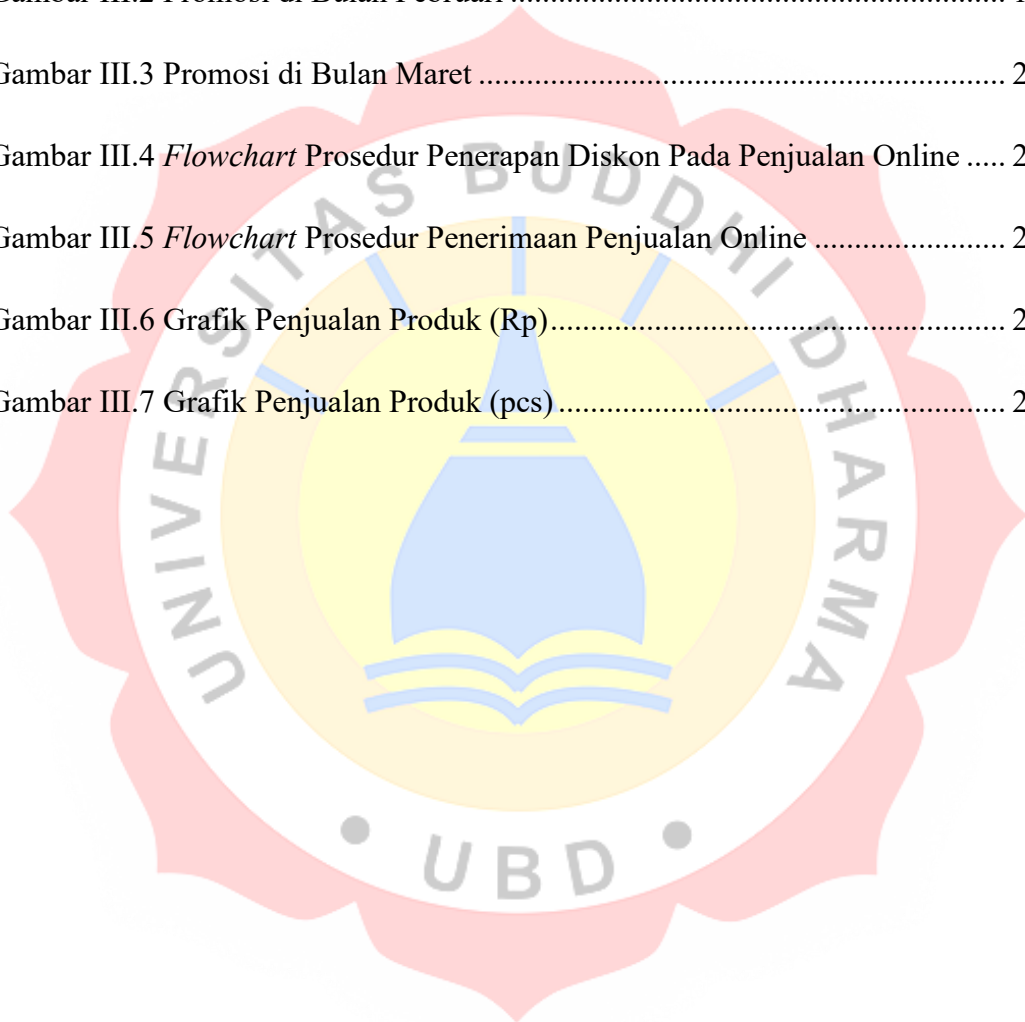
## DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Uraian Pekerjaan Magang.....	12
Tabel III.2 Penjualan Online.....	26



## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Struktur Organisasi Perusahaan.....	10
Gambar III.1 Promosi di Bulan Januari .....	16
Gambar III.2 Promosi di Bulan Februari .....	18
Gambar III.3 Promosi di Bulan Maret .....	20
Gambar III.4 <i>Flowchart</i> Prosedur Penerapan Diskon Pada Penjualan Online .....	24
Gambar III.5 <i>Flowchart</i> Prosedur Penerimaan Penjualan Online .....	25
Gambar III.6 Grafik Penjualan Produk (Rp).....	26
Gambar III.7 Grafik Penjualan Produk (pcs).....	27



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Keterangan Magang Kerja

Lampiran 2: Contoh Etalase Promosi

Lampiran 3: *Dasboard Marketplace*



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Berdasarkan pemaparan yang dituliskan Soemarsono menjelaskan bahwa keberhasilan suatu perusahaan tidak hanya bergantung pada seberapa banyak modal yang telah dikeluarkan, atau seberapa banyak investasi yang didapatkan dalam suatu perusahaan tersebut tetapi diperlukan sumber daya manusia yang efektif untuk membantu mengembangkan perusahaan sehingga dapat mencapai tujuan guna menghasilkan keuntungan dengan cara merekrut karyawan yang kompeten, memberikan pelatihan yang berkelanjutan, menciptakan lingkungan yang mendukung, serta menerapkan sistem manajemen yang jelas. (Soemarsono, 2018)

Dalam meningkatkan penjualan khususnya pada era modern ini, tentunya perusahaan harus memanfaatkan strategi pemasaran salah satunya adalah pemanfaatan diskon melalui penjualan online. Kenyataannya saat ini sebagian besar kegiatan bisnis menggunakan pemasaran digital, sebab dianggap mudah oleh pembeli juga penjual (Benyamin Melatnebar & Kito Kurniawan, 2021). Salah satu bentuk nyata penjualan online yang sudah diterapkan oleh beberapa perusahaan yakni adalah pemanfaatan teknologi yang berupa *social media marketing*. *These technologies enable real-time data processing and analytics, facilitating faster and more informed decisions while also fostering sustainable business model innovation by leveraging digital ecosystems. In Indonesia, start-ups are at the forefront of this shift, using digital accounting systems to increase adaptability and support innovative business strategies* (Judijanto & Melatnebar, 2025). Artinya teknologi ini mendukung pemrosesan data dan analitik secara *real-time*, memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih cepat dan cerdas, serta mendorong inovasi model bisnis berkelanjutan melalui ekosistem digital.

Di Indonesia, *start-up* menjadi pelopor transformasi ini dengan mengadopsi sistem akuntansi digital untuk meningkatkan adaptabilitas dan menerapkan strategi bisnis yang inovatif (Silaswara et al., n.d.). Pemanfaatan sistem informasi teknologi perusahaan yang terintegrasi memungkinkan otomatisasi proses bisnis, termasuk

pemasaran digital, yang dapat meningkatkan efisiensi operasional sekaligus memperluas jangkauan pasar untuk mendorong peningkatan penjualan (Ardhana et al., 2024). Menurut Alivia Monicha Firda Sania dan Poppy Febriana, pemanfaatan teknologi yang berkembang secara pesat khususnya dalam bidang *social media* menjadi salah satu contoh bentuk nyata bahwa *social media* memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan keuntungan, promosi dan strategi komunikasi. Interaksi yang tinggi memberikan peluang besar bagi perusahaan untuk mengenalkan produknya kepada masyarakat (Alivia Monicha Firda Sania & Febriana, 2024).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis dan perdagangan. Transformasi digital telah mendorong perusahaan untuk mengalihkan sebagian besar aktivitas penjualan ke *platform* online guna menjangkau konsumen yang lebih luas, meningkatkan efisiensi, dan menyesuaikan diri dengan pola konsumsi masyarakat modern.

Salah satu strategi yang paling umum dan terbukti efektif dalam menarik minat konsumen adalah pemberian **diskon** (*discount*). Diskon dapat memberikan kesan nilai lebih bagi konsumen, meningkatkan urgensi pembelian, serta mempengaruhi persepsi harga dan keputusan pembelian. Penerapan diskon telah menjadi bagian integral dalam kegiatan pemasaran perusahaan, khususnya pada bisnis berbasis *e-commerce* yang sangat bergantung pada kecepatan transaksi, volume penjualan, dan efektivitas promosi.

Promosi (*promotion*) merupakan usaha atau upaya untuk memajukan atau meningkatkan; misalnya untuk meningkatkan perdagangan atau memajukan bidang usaha. Menurut Freddy Rangkuti, promosi mencakup semua alat bauran pemasaran (*marketing mix*) yang peran utamanya adalah lebih mengadakan komunikasi yang sifatnya membujuk (Freddy Rangkuti, 2009). Selanjutnya menurut Gitasudarmo menyatakan bahwa promosi merupakan kegiatan-kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian menjadi senang lalu membeli produk tersebut (Gitosudarmo, 2000). Jadi, promosi dapat diartikan sebagai upaya atau alat komunikasi untuk memperkenalkan suatu produk dari

perusahaan agar dapat dikenal oleh publik dan menarik minat pembeli sehingga dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

Penjualan menurut Reeve, Warren, dan Durhac adalah sejumlah total yang dikenakan kepada pelanggan untuk barang dagangan yang dijual termasuk tunai dan kredit (M et al., 2017). Penjualan juga merupakan indikator yang penting untuk mendapatkan laba. Jika penjualan meningkat maka tingkat laba akan juga meningkat.

Adapun menurut buku Freddy Rangkuti, Basu Swastha bahwa perusahaan pada umumnya memiliki tiga tujuan utama dalam penjualan yaitu (Freddy Rangkuti, 2009) :

- a. mencapai volume penjualan tertentu,
- b. mendapatkan laba tertentu,
- c. menunjang pertumbuhan perusahaan.

Dalam prosesnya perusahaan tidak selalu berjalan mulus, keuntungan dan kerugian sering kali terjadi maka dari itu perusahaan harus selalu melakukan inovasi dan perkembangan agar dapat meningkatkan penjualan, di mana peningkatan penjualan merupakan tahapan yang dapat menambah laba perusahaan hingga dapat menghadirkan peluang untuk ekspansi dan perluasan pasar (Lusiawati & Melatnebar, n.d.). Perusahaan perlu memperhatikan hal-hal penting dalam promosi dan pemasaran dari suatu penjualan produk (Melatnebar & Lалуur, n.d.). Promosi dan pemasaran bertujuan untuk menarik minat konsumen dan juga untuk meningkatkan penjualan suatu produk. Terdapat keuntungan bagi para pelanggan ketika berbelanja secara online (Regina Aurelia Halim, 2024).

Namun, di balik manfaat pemasaran yang ditawarkan oleh diskon, terdapat tantangan penting dalam sistem akuntansi, khususnya dalam hal pencatatan, pelaporan, dan pengendalian diskon penjualan. Sistem akuntansi penjualan online harus mampu menyesuaikan diri dengan kompleksitas transaksi yang terjadi secara real-time dan dalam jumlah besar. Tantangan tersebut yaitu bagaimana perusahaan mengelola transaksi diskon tersebut dalam sistem akuntansi secara akurat dan transparan. Pemberian diskon bukan hanya berkaitan dengan strategi promosi tetapi juga berdampak langsung pada pencatatan keuangan perusahaan. Dalam praktik

akuntansi, diskon yang diberikan kepada pelanggan harus dicatat sebagai pengurang dari penjualan kotor sehingga menghasilkan angka penjualan bersih yang menjadi dasar dalam menyusun laporan laba rugi. Kesalahan dalam mencatat potongan harga, pengakuan pendapatan, dan pelaporan keuangan dapat menyebabkan ketidaktepatan informasi keuangan, yang pada akhirnya memengaruhi pengambilan keputusan manajerial dan strategis.

Oleh karena itu, dibutuhkan sistem akuntansi yang andal, terintegrasi, dan sesuai dengan standar akuntansi keuangan (SAK) untuk memastikan bahwa seluruh transaksi penjualan, termasuk yang berkaitan dengan diskon, dapat dicatat secara tepat dan akurat. Sistem akuntansi yang baik tidak hanya berfungsi sebagai alat pencatatan, tetapi juga sebagai alat analisis yang dapat membantu perusahaan mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran dan dampaknya terhadap kinerja keuangan.

Sebagai *brand* kecantikan yang berdiri sejak tahun 2020, *True To Skin* telah menghadirkan kurang lebih 20 produk yang terdiri dari *skincare* dan *makeup*, produknya terdiri dari *cushion, concealer, powder, lip tint, lip balm, facial wash, sunscreen, serum backuciol, serum niacinamide, serum multi hyaluronic, cleansing balm, acne patch, acne spot, etc.* Produk *skincare* dan *makeup* saat ini sudah menjadi produk primer bagi sebagian orang karena dinilai sebagai bentuk cinta terhadap diri sendiri dan tak jarang beberapa orang rela membeli produk tersebut dengan harga yang bernilai tinggi. Kemunculan *True To Skin* diawali dengan keresahan yang dirasakan dan dialami sebagian wanita khususnya bagi yang memiliki wajah sensitif dan berjerawat, dengan hadirnya produk *skincare True To Skin* diharapkan dapat membantu mengurangi permasalahan wajah yang dialami oleh sebagian orang, serta dengan proses yang panjang *True To Skin* juga mengeluarkan *makeup* di mana dengan tujuan untuk membantu para wanita agar tampil lebih percaya diri dan menciptakan produk yang aman untuk digunakan di semua tipe jenis kulit.

Dalam upaya meningkatkan penjualan, *True To Skin* secara rutin menjalankan program diskon seperti potongan harga, *bundling, flash sale*, serta kolaborasi dengan *influencer*. Strategi tersebut secara kasat mata mampu

meningkatkan volume transaksi, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan memperkuat posisi brand di pasar. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat kebahagiaan yang dirasakan pelanggan setelah membeli dan menggunakan produk atau menerima pelayanan yang terbaik dari perusahaan.

Penulisan ini membahas mengenai pengaruh diskon terhadap peningkatan penjualan online *brand True To Skin* menjadi penting untuk dilakukan, tidak hanya untuk mengukur keberhasilan strategi promosi tetapi juga untuk melihat bagaimana sistem akuntansi perusahaan mampu mendukung transparansi dan akurasi data penjualan. Penulisan ini juga bertujuan untuk memahami hubungan antara strategi pemasaran dan sistem informasi akuntansi dalam menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. Dengan demikian, melalui penulisan ini diharapkan dapat diperoleh gambaran yang jelas mengenai sejauh mana diskon dapat meningkatkan penjualan online, serta bagaimana sistem akuntansi di PT Trinita Tunggal Abadi berperan dalam mencatat dan menganalisis pengaruh strategi tersebut terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan strategi diskon dalam meningkatkan penjualan online tidak hanya bergantung pada eksekusi pemasaran, tetapi juga pada kesiapan sistem akuntansi perusahaan dalam mencatat, mengelola, dan melaporkan transaksi secara transparan dan akurat. Sistem akuntansi penjualan yang kuat dan terintegrasi akan membantu perusahaan menjaga integritas laporan keuangan, mendukung pengambilan keputusan yang tepat, serta memastikan kepatuhan terhadap prinsip dan standar akuntansi yang berlaku.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa pengaruh diskon tidak hanya berdampak pada satu sisi pemasaran atau pendapatannya tetapi juga dapat berdampak pada sistem akuntansi pencatatan keuangan perusahaan. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk menulis Tugas Akhir dengan judul **“Pengaruh Discount Terhadap Peningkatan Penjualan Online *Brand True To Skin* Dalam Sistem Akuntansi pada PT Trinita Tunggal Abadi”**.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dari kegiatan Kerja Magang ini adalah :

1. Untuk memenuhi persyaratan akademis dalam menyelesaikan program Diploma III di Jurusan Akuntansi Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma.
2. Untuk memperoleh pemahaman langsung mengenai dunia kerja yang sebenarnya serta melatih kemampuan penulis agar dapat menerapkan ilmu yang diperoleh selama masa kuliah ke dalam dunia kerja.

Tujuan dari kegiatan Kerja Magang ini adalah :

1. Bagi Mahasiswa
  - a. Dengan adanya program magang ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk meningkatkan pengetahuan serta memperoleh pengalaman langsung terhadap kondisi dunia kerja di masa depan.
  - b. Program magang ini dapat membantu mahasiswa untuk membangun rasa percaya diri ketika memasuki dunia kerja.
  - c. Dengan program ini mahasiswa dapat mengaplikasikan ilmu yang telah diajarkan di masa kuliah yang kemudian dapat mengasahnya di dunia kerja.
2. Bagi Universitas Buddhi Dharma
  - a. Dengan program ini diharapkan mahasiswa dapat memahami materi yang diajarkan dalam masa kuliah dan diaplikasikan dalam dunia kerja
  - b. Program magang ini juga bertujuan untuk mempersiapkan mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja di masa depan
3. Bagi *Brand True To Skin*
  - a. Program magang ini diharapkan menjadi upaya yang tepat untuk menyiapkan mahasiswa yang akan memasuki dunia kerja.
  - b. Program ini juga diharapkan dapat membangun kerjasama dan hubungan yang baik antara perusahaan dan universitas.

### 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berdasarkan permohonan Praktik Kerja Magang yang disetujui oleh Pemilik *Brand True To Skin*, pelaksanaan Praktik Kerja Magang pada :

Waktu Kerja Magang : 01 Januari 2025 s/d 30 Maret 2025  
Tempat : *Brand True To Skin*  
Bidang Penempatan : *Marketing (Host Live Streaming)*

- Tahap Persiapan

Penulis mengajukan permohonan kepada HRD *True To Skin* untuk dapat melaksanakan kerja magang secara lisan, kemudian penulis juga mengajukan permohonan kepada *Head Marketing* untuk dapat melaksanakan kerja magang secara lisan. Selanjutnya HRD dan *Head Marketing* mengajukan permohonan pengajuan penulis kepada Pemilik dan *Head Finance*. Kemudian perusahaan menyetujui permohonan penulis untuk dapat melaksanakan kerja magang dengan judul yang telah disampaikan.

- Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan Kerja Magang dimulai pada tanggal 01 Januari 2025 s/d 30 Maret 2025. Penulis melaksanakan kerja magang setiap hari kerja senin s/d jumat pukul 08.00-16.00 WIB.

- Tahap Pelaporan

Penulis menyusun laporan Kerja Magang untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Studi D3 Akuntansi Fakultas Bisnis Universitas Budhhi Dharma. Penulis mempersiapkan laporan Kerja Magang dimulai dari 01 Januari 2025 s/d 30 Maret 2025.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Trinita Tunggal Abadi merupakan perusahaan di industri kecantikan yang didirikan pada tahun 2013. PT Trinita Tunggal Abadi mengelola beberapa *brand* di dalamnya antara lain *True To Skin*, *True To Baby*, dan *Colab Dry Shampoo*. Perusahaan didirikan oleh sepasang suami istri yaitu Clifton Harijanto dan Riska Elastria yang berperan sebagai CEO dan Co-CEO perusahaan ini. Pada awal berdirinya PT Trinita Tunggal Abadi pertama menghadirkan *Colab Dry Shampoo* yaitu Shampo kering yang merupakan *brand* yang berasal dari UK kemudian PT Trinita Tunggal Abadi membuka cabang di Indonesia secara resmi. Kedua PT Trinita Tunggal Abadi juga menghadirkan *brand True To Skin* di mana merupakan *brand skincare* lokal pertama yang memiliki serum *bakuchiol* di Indonesia dengan tujuan untuk membantu menenangkan kulit kemerahan, mengatasi permasalahan kulit berjerawat, menghilangkan bekas-bekas jerawat, memperbaiki tekstur wajah, serta membantu menyamarkan garis halus dan kerutan (Dokumen perusahaan, 2021). *Brand True To Skin* sendiri merupakan *brand* kedua yang didirikan sejak 12 Desember 2020, yang kemudian membangun *brand* ketiga sejak 11 November 2022 yaitu *True To Baby* yang merupakan produk perawatan kulit bayi .

PT Trinita Tunggal Abadi juga telah mendistribusikan produknya ke beberapa toko-toko ritel dan distributor di Indonesia seperti Guardian, Sociolla, Watson, serta memanfaatkan teknologi dengan melakukan pemasaran melalui *e-commerce* besar seperti Shopee, Tiktok Shop, Tokopedia, Lazada, dsb. PT Trinita Tunggal juga pernah mendapatkan penghargaan dari berbagai nominasi yang berasal dari Tokopedia, *Female Daily* serta juga turut ikut berpartisipasi dalam *event-event* besar yang berhubungan dengan kecantikan dan bayi. Hingga saat ini berkembangnya PT Trinita Tunggal Abadi khususnya pada *brand True To Skin* telah menghasilkan banyak produk seperti produk-produk *makeup* dan *skincare*. Produk *makeup* dan *skincare brand True To Skin* antara lain, *cushion*, *concealer*, *powder*,

*lip tint, lip balm, facial wash, sunscreen, serum backuciol, serum niacinamide, serum multi hyaluronic, serum calaberry, moisturizer azulene oat barrier, moisturizer mugwort tripeptide, essence toner, cleansing balm, vitamin c, acne patch, acne spot, guasha, face roller, dsb.*

## 2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Menurut KBBI visi merupakan pandangan atau wawasan kedepan; apa yang tampak dalam khayalan; penglihatan dan pengamatan. Sedangkan misi menurut KBBI adalah tugas yang dirasakan orang sebagai suatu kewajiban untuk melakukannya demi agama, ideologi, patriotisme, dan sebagainya (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2016). Sehingga visi dan misi merupakan hal dasar dan fondasi yang kuat bagi perusahaan agar dapat berdiri dan berkembang. Adapun visi dan misi dari PT Trinita Tunggal Abadi yaitu;

### **VISI**

Menjadi perusahaan kecantikan terkemuka di Indonesia bahkan di Asia Tenggara.

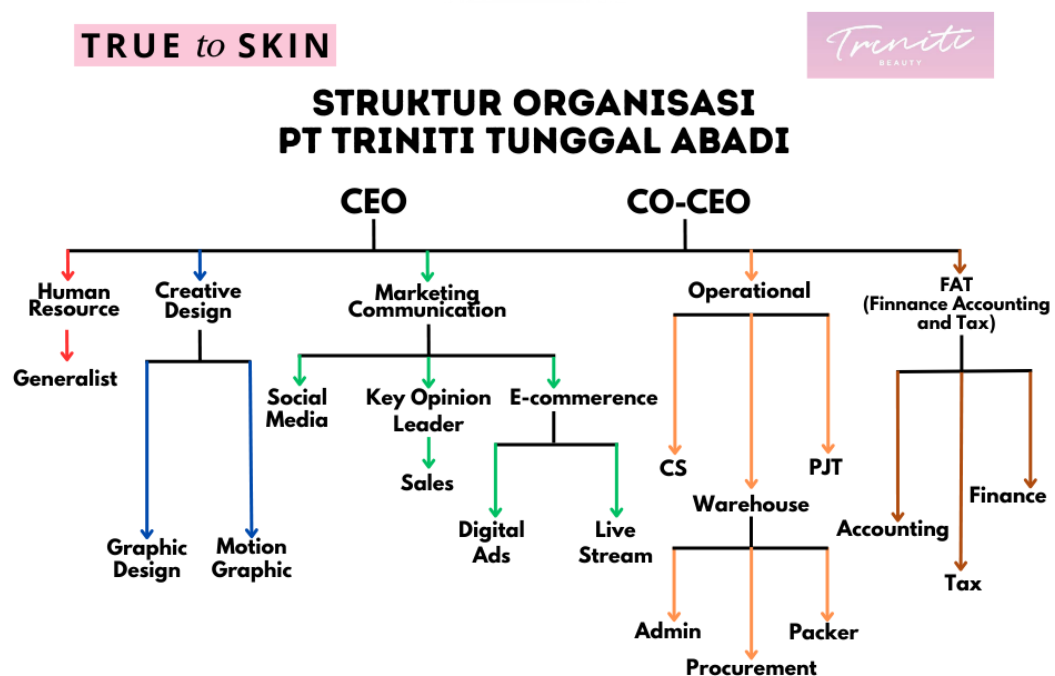
### **MISI**

- 1) Mendidik pasar tentang inovasi tren kecantikan terbaru
- 2) Memberikan pasar dengan produk kecantikan terbaik di setiap segmen
- 3) Mendidik pasar tentang pentingnya bahan-bahan yang berkelanjutan dan produk-produk yang bebas dari bahaya
- 4) Memberikan layanan pelanggan kelas satu kepada pelanggan

## 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi adalah sebuah kerangka kerja yang bersifat formal dan juga terdapat kerangka kerja yang meliputi tugas pekerjaan dari masing-masing bagian dan dikelompokkan sesuai dengan bidang kerjanya (Robbins & Coulter, 2010). Pendapat lain juga dikemukakan oleh McShane & Glinow menjelaskan bahwa struktur organisasi dapat diartikan berdasarkan pembagian kerja baik berupa koordinasi, aturan kerja, komunikasi dan tanggung jawab yang memiliki hubungan

langsung mengenai suatu kegiatan yang dilakukan oleh suatu organisasi tersebut (McShane & Glinow, 2017). Dalam perusahaan atau organisasi tentunya setiap anggota atau tenaga kerja memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing. Berikut adalah struktur organisasi yang diterapkan oleh PT Trinita Tunggal Abadi (*Brand True To Skin*):



Gambar II. 1 Struktur Organisasi Perusahaan

Selama melakukan praktik kerja magang sebagai Staff Marketing (*Host Live Streaming*), penulis berada dalam divisi *Marketing Communication*. Divisi ini dibuat untuk memaksimalkan pemasaran produk serta meningkatkan penjualan dengan menggunakan *social media*. *Host Live Streaming* disini bertanggung jawab untuk membangun hubungan yang baik dengan pembeli dengan cara bersikap ramah dan komunikatif, menyapa penonton dengan antusias, menjawab pertanyaan secara responsif, serta menjelaskan mengenai produk dan diskon yang tersedia sehingga dapat meningkatkan penjualan online melalui layanan *live streaming* pada *e-commerce*.