

RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI PENJUALAN STUDI KASUS TOKO MUTIARA SERAGAM

Nurwati¹, Yudi Santoso²

¹⁾²⁾ Sistem Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta, 12260
nurwati@budiluhur.ac.id

Abstrak. Sistem yang terdapat pada aplikasi penjualan (*point of sales*) hampir sama dengan sistem mengelola usaha retail dan toko moderen. Aplikasi penjualan bisa digunakan untuk memudahkan dalam mendokumentasikan dan pencatatan mengenai penjualan. Toko Mutiara Seragam bergerak pada penjualan online dengan menyediakan keperluan dan perlengkapan seragam sekolah. Dengan melayani penjualan eceran maupun retail atau grosir. Sistem informasi penjualan yang dikembangkan ini untuk menampung kebutuhan yang memudahkan melakukan promosi, melayani pesanan, menyediakan paket pesanan sampai pada pengiriman pesanan.

Kata Kunci : Sistem, Informasi, Penjualan, Pesanan

1. Pendahuluan

Toko *online* akan terus bertambah seiring dengan kemajuan teknologi dan karakter pembeli juga lambat laun akan berubah karena kemudahan yang ditawarkan oleh *internet* dan *smartphone*.

Seiring dengan hal tersebut menurut (Dr. Muhammad Arifin Badri, KholidSyamhudi, Lc. 2012) [1] pada Majalah Pengusaha Muslim: Halal Haram Bisnis Online edisi 09/2012 bahwa globalisasi yang membawa dampak pada perubahan cara untuk memasarkan berbagai produk dengan teknologi *internet* merupakan salah satu kunci sukses pengusaha untuk menjangkau banyak pelanggan. Dengan internet, alur pemasaran sebuah produk dari produsen ke konsumen tidak lagi dibatasi oleh waktu, ruang maupun jarak. Pengusaha dapat dengan mudah memasarkan produk-produknya tanpa melalui alur pemasaran konvensional yang panjang dan memerlukan waktu lama serta memerlukan lebih banyak biaya. Efektif dan efisien menjadi kunci bagi pengusaha untuk semakin meningkatkan keuntungan usahanya. Teknologi *internet* berkembang pesat dan pada akhirnya menjadikan semakin ketatnya persaingan pemasaran bagi pengusaha di Indonesia maupun global. Ada yang menarik pada perilaku konsumen di Indonesia: sebagian besar konsumen yang membelanjakan uang mereka dalam bisnis *online* mengalami *impulsebuying* (pembelian tak terencana) saat berbelanja. Faktor-faktor apa yang menyebabkan konsumen melakukan *impulsebuying* ketika berbelanja secara *online*?

Toko Mutiara Seragam yang bergerak di bidang usaha penjualan tunai dengan menyediakan seragam sekolah mulai menjalankan bisnis *online* dengan persiapan yang apa adanya mulai dari menerima pesanan karena pelanggan mengenal kami dari *web* atau *internet*, kami konfirmasi kembali pesanan pelanggan dan mengirimkan jumlah total yang harus dibayar pelanggan kemudian mengirimkan no rekening bank untuk pembayarannya melalui transfer bank. Kemudian pelanggan mengirim bukti transfer sebagai bukti kami untuk menyiapkan pesanan mereka. Selama menunggu proses pemesanan dan pembayaran disepakati terlebih dahulu mengenai paket pengiriman yang pelanggan inginkan. Setelah sepakat maka dikirimkan pesanan ke alamat pelanggan dan kami mengirimkan bukti pengirimannya pula pada mereka.

Kegiatan pelayanan penjualan *online*, dimana mengenalkan produk kepada pelanggan menggunakan web www.nurwati.com dan pelanggan akan memesan barang menggunakan media komunikasi melalui BBM (*BlackBerry Messenger*), WA (*WhatsApp*), SMS (*Short Message Service*) dan telepon langsung. Melalui teknologi yang sudah kami gunakan masih saja terdapat pesanan yang belum semua kami layani. Sehingga tidak bisa memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan.

Adapun rumusan permasalahannya sebagai berikut:

- a. Bagaimana mengkategorikan permasalahan pada Toko Mutiara Seragam?
- b. Bagaimana mengidentifikasi permasalahan dari dokumentasi Toko Mutiara Seragam?
- c. Bagaimana mengidentifikasi permasalahan dari proses bisnis Toko Mutiara Seragam?

Tujuan penelitian ini adalah:

- a. Menemukan masalah-masalah dari dokumentasi pada Toko Mutiara Seragam

b. Menemukan masalah-masalah yang terdapat pada proses bisnis

Berikut beberapa landasan teori yang digunakan:

a. Penjualan

Pengertian penjualan banyak sekali yang dituangkan, salah satunya adalah menurut (Freddy Rangkuti 2009) [2], penjualan merupakan tujuan utama dilakukannya kegiatan perusahaan. Perusahaan, dalam menghasilkan barang/jasa, mempunyai tujuan akhir yaitu menjual barang/jasa tersebut kepada masyarakat. Oleh karena itu, penjualan memegang peranan penting bagi perusahaan agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat terjual dan memberikan penghasilan bagi perusahaan. Penjualan yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk menjual barang/jasa yang diperlukan sebagai sumber pendapatan untuk menutup semua ongkos guna memperoleh laba.

b. Identifikasi Masalah

Kata identifikasi kiranya sudah cukup terkenal. Identifikasi adalah sebuah proses di mana seseorang menyamakan dirinya dengan sifat-sifat obyek luar. Pengertian masalah menurut (Prof. Dr. A. A. Gde Muninjaya 2002) [4] adalah masalah yang akan diteliti perlu diidentifikasi. Masalah adalah kesenjangan antara sesuatu yang menjadi tujuan atau yang ingin dicapai (*das sollen*) dengan hasil yang dicapai atau yang diamati (*das sein*). Berbagai jenis kesenjangan yang terkait dalam kehidupan manusia dapat dijadikan topik penelitian. Masalah penelitian tersebut dapat ditelusuri melalui proses perenungan, pengamatan (observasi), membaca buku, studi kepustakaan, dan mengkaji secara kritis (*critical analysis*) hasil penelitian yang sudah dipublikasikan. Sehingga identifikasi masalah menurut (Umar 2005) [5], merupakan sekumpulan perihal tertentu yang berada di sekitar masalah utama yang dapat diteliti untuk menjawab permasalahan utama melalui pola 5W-1H.

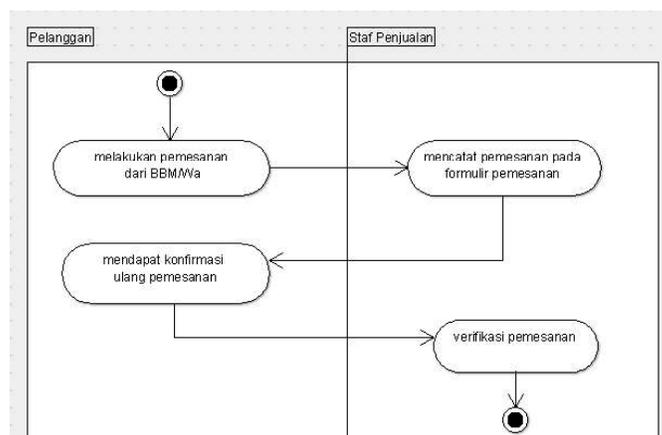
c. *Fishbone* diagram menurut (Hidayat 2007)[3] adalah diagram “*cause-and-effect*” dan tujuh

perangkat dasar (*the seven basic tools*). Kaoru Ishikawa dikenal dengan konsep dan metodologinya yang disebut ‘diagram Ishikawa’. Diagram Ishikawa diangkat dari konsep-konsep dasarnya yaitu “*cause-and-effect*” (hukum sebab dan akibat) atau dalam ilmu manajemen produksi lebih dikenal dengan istilah “*fishbonediagram*” (diagram tulang ikan).

Prinsip-prinsip dasar dalam diagram Ishikawa menggunakan pendekatan metodologi yang dikenal sebagai “*the seven basic tools*”. “*The seven basic tools*” terdiri atas analisa pareto, diagram sebab akibat, tally charts, diagram histogram, diagram *scatter*, diagram *flow*, dan *run-charts*. Metodologi tersebut dipergunakan untuk kepentingan aktivitas proses bisnis sebagai instrumen-instrumen penyusunan “*quality circle*” yang telah dikembangkan di Jepang pada penghubung tahun 1946. Filosofi Ishikawa adalah “*quality was too important to rest in the hands of specialist and conceived the concept of company-wide quality control (CWQC)*”.

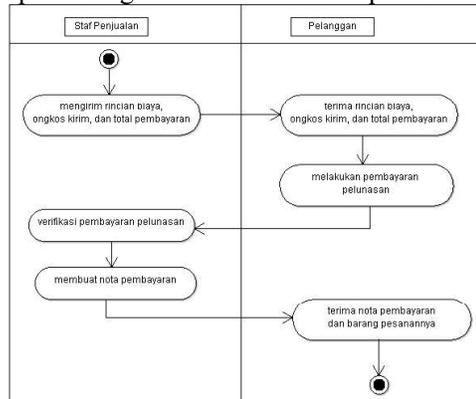
2. Pembahasan

Proses bisnis yang ada pada toko Mutiara Seragam ada 2 (dua) jenis yaitu proses bisnis penjualan siap kirim dan proses bisnis penjualan dengan tempo waktu, dapat dilihat pada diagram berikut ini:



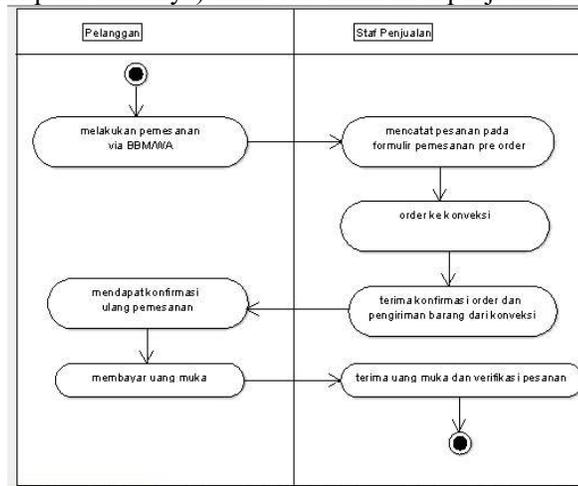
Gambar 1 Activity Diagram Pemesanan

Uraian Gambar 1 : Proses Bisnis Penjualan Siap Kirim. Pelanggan melakukan pemesanan dari BBM/WhatsApp atau pesan singkat kemudian dicatat pada dokumen formulir pemesanan



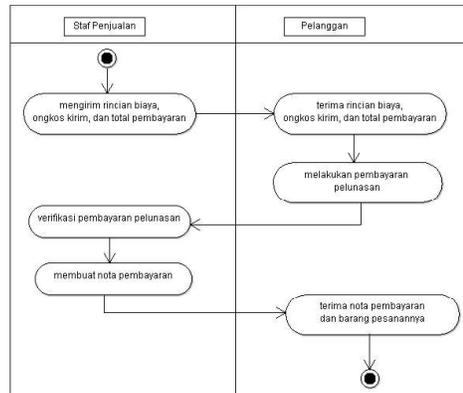
Gambar 2 Activity Diagram Pembayaran

Uraian Gambar 2 : Proses Bisnis Penjualan Siap Kirim. Setelah pemesanan di verifikasi (pelanggan dikirimkan rincian biaya termasuk ongkos kirim dan total pembayarannya. Pelanggan melakukan pembayaran dan melunasi pemesanannya) maka dibuatkan nota penjualan dan dikirim pesanannya.



Gambar 3 Activity Pemesanan Pre Order

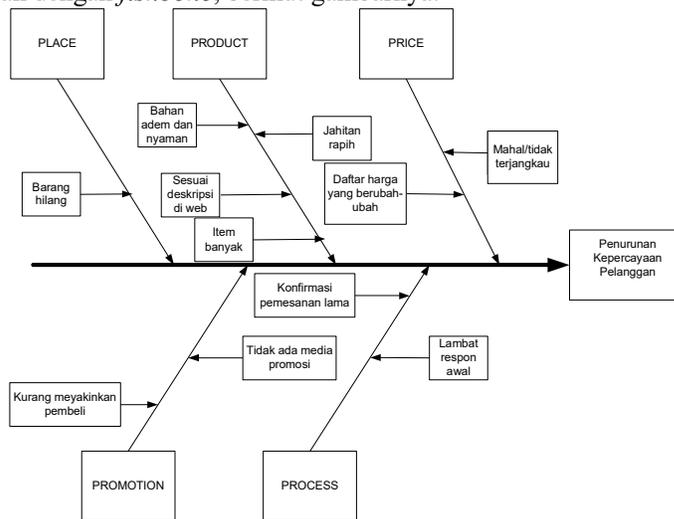
Uraian Gambar 3: Proses bisnis penjualan dengan tempo waktu. Pelanggan melakukan pemesanan dari BBM/WhatsApp atau pesan singkat kemudian dicatat pada dokumen formulir pemesanan dengan diberi tanda pesanan tempo (*preorder*).



Gambar 4 Activity Pembayaran dan Pelunasan PreOrder

Uraian Gambar 4: Setelah pemesanan di verifikasi (pelanggan dikirimkan rincian biaya termasuk ongkos kirim dan total pembayarannya. Pelanggan melakukan pembayaran dan melunasi pemesanannya) maka dibuatkan nota penjualan dan dikirim pesananannya.

Pemetaan permasalahan dengan *fishbone*, berikut gambarnya:



Gambar 5 Diagram fishbone penjualan di toko Mutiara Seragam

Di bawah ini di sajikan rangkuman diskusi diagram *fishbone* penjualan di Toko Mutiara Seragam dengan mengumpulkan dari berbagai literatur studi yang kami lakukan.

Tabel 1. Rangkuman diskusi pada sesi brainstorming fishbone diagram

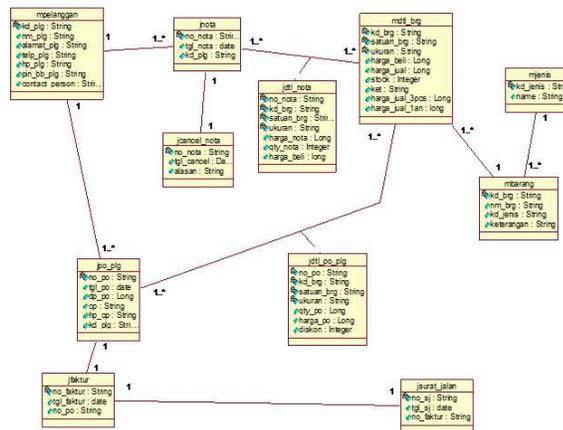
Possible Root Cause	Discussion	Root Cause?
Price		
Mahal/tidak terjangkau	Harga barang masih bisa bersaing dengan toko online lainnya	N
Daftar harga yang berubah-ubah	Daftar harga berubah karena produk baru	N
Product		
Bahan adem dan nyaman	Bahan produk adem, serap keringat dan nyaman dipakai	N
Jahitan rapih	Produk jahitan rapih	N
Item banyak	Jenis produk banyak sehingga kesulitan update stok barang	Y
Sesuai deskripsi di web	Keterangan produk di web informatif	N
Promotion		
Tidak ada media promosi	Media promosi menggunakan web	N

Kurang meyakinkan pembeli	Informasi yang disampaikan kurang meyakinkan pembeli	Y
Process		
Konfirmasi pemesanan lama	Konfirmasi ke pelanggan mengenai pemesanan lama	Y
Lambat respon awal	Respon pertama kali dengan pelanggan lama	Y
Place		
Barang hilang	Sering barang hilang, namun sebenarnya tidak hilang karena produk disimpan tidak teratur	Y

Keterangan Tabel 1 Rangkuman diskusi pada sesi brainstorming fishbone diagram, dapat ditemukan akar permasalahan pada Toko Mutiara Seragam yaitu:

- Jenis produk banyak sehingga kesulitan update stok barang sehingga diperlukan kategori jenis produk dengan membuat kode produk untuk tiap produk yang ada.
- Informasi yang disampaikan kurang meyakinkan pembeli sehingga diperlukan susunan bahasa (format bahasa yang tidak harus diciptakan kembali setiap kali akan digunakan) yang bisa meyakinkan pembeli akan barang/produk yang kami tawarkan.
- Konfirmasi ke pelanggan mengenai pemesanan lama. Untuk hal ini kami membuat sistem yang dapat merespon aktif mengenai pemesanan sehingga pembeli/pelanggan tidak lama menunggu jawaban/respon balik.
- Respon pertama kali dengan pelanggan lama, diperlukan susunan bahasa (format bahasa yang tidak harus diciptakan kembali setiap kali akan digunakan) sehingga pelanggan dapat terespon dengan baik.
- Sering barang hilang, namun sebenarnya tidak hilang karena produk disimpan tidak teratur. Untuk hal ini kami membuat sistem yang dapat menampung dan memuat persediaan barang dan lokasi ditempatkan barang.

Dibawah ini *class diagram* untuk rancangan sistem informasi penjualan pada Toko Mutiara Seragam :



Gambar 6 class diagram penjualan

Penjelasan untuk class diagram penjualan pada penelitian ini dirancang sebuah sistem informasi penjualan yang bisa menampung kebutuhan yang telah teridentifikasi masalahnya dengan penambahan modul-modul aplikasi yang dibutuhkan. Dibuat database dengan tabel-tabel sebagai berikut: tabel mpelanggan untuk menampung data pelanggan, jnota untuk menampung data nota, jcancel_nota untuk menampung jika nota dicancel atau tidak jadi pesannya, jdttl_nota untuk menampung data rincian barang yang dipesan, mdtl_brg untuk menampung detail barang yang ditawarkan/dipesan, mjenis untuk menampung data jenis barang apa yang tersedia (contoh dasi SD, dasi SMP, dasi berbahan seragam, dasi berbahan famatex, dan sebagainya), mbarang untuk menampung rincian/uraian barang, jdtl_po_plg untuk menampung detail/uraian pemesanan, jpo_plg untuk menampung data pelanggan yang pre order, jfaktor untuk menampung data faktur/ pengembalian barang karena sebab (salah model kerah, salah warna baju pramuka, dan sebagainya), jsurat_jalan untuk menampung data surat jalan

digunakan untuk klarifikasi/mengecek kembali pesanan siapa saja yang sudah siap kirim sesuai dengan pemesanan/order yang berlangsung.

3. Simpulan

- a. Pada pemetaan masalah menggunakan diagram *fishbone* ditemukan kategori permasalahan yaitu pada kategori product, process dan place.
- b. Pada pemetaan masalah menggunakan diagram fishbone ditemukan bahwa jenis produk banyak sehingga kesulitan *update* stok barang. Diharapkan dengan adanya sistem penjualan ini bisa membuat data barang tersimpan dengan tepat pada tempatnya. Jenis produk banyak sehingga kesulitan update stok barang sehingga diperlukan kategori jenis produk dengan membuat kode produk untuk tiap produk yang ada. Begitupula informasi yang disampaikan meyakinkan pembeli akan barang/produk yang kami tawarkan dan konfirmasi ke pelanggan tidak lama menunggu jawaban/respon balik dengan susunan bahasa (format bahasa yang tidak harus diciptakan kembali setiap kali akan digunakan) sehingga pelanggan dapat terespon dengan baik.
- c. Dengan adanya menu cetak Nota diharapkan dapat menelusuri nota-nota penjualan yang terjadi selama periode waktu tertentu.
- d. Dengan adanya menu cetak stok opname, bisa dihasilkan barang-barang apa saja yang tersedia dan laku terjual sehingga bisa memberikan informasi yang terkini kepada pelanggan dan memuat persediaan barang dan lokasi ditempatkan barang.
- e. Dengan adanya menu laporan penjualan, bisa mengetahui laba rugi dan setiap transaksi penjualan yang terjadi selama periode waktu tertentu.

Daftar Pustaka

- [1] Dr. Muhammad Arifin Badri, KholidSyamhudi, Lc., M.A.T., 2012. Membangun Bisnis Di Era Globalisasi. *Edisi 09/2012- Majalah Pengusaha Muslim: Halal Haram Bisnis Online*. <http://bit.ly/1Swtvpl>, diakses 30 Desember 2015.
- [2] Freddy Rangkuti, 2009. Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama. <http://bit.ly/1J02o3R>.
- [3] Hidayat, A., 2007. Strategi Six Sigma, Peta Pengembangan Kualitas Dan Kinerja Bisnis, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta. <http://bit.ly/22WAr3a>
- [4] Prof. DR. A. A. Gde Muninjaya, M., 2012. Langkah-langkah Praktis Penyusunan Proposal dan Publikasi Ilmiah. <http://bit.ly/1OYsoif>.
- [5] Umar, H., 2005. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, p.190. PT. Gramedia Pustaka Utama bekerja sama dengan Jakarta Business Research Center (JBRC), Jakarta, 2005. <http://bit.ly/1W2s55E>.