

SISTEM INFORMASI PENJUALAN CORPORATE BUSINESS TO CUSTOMER (B2C) DAN BUSINESS TO BUSINESS (B2B) PRODUK PADA TIGA NEGERI MUSIC HOUSE BANDUNG

M. Rianto Prasetya¹⁾, Wina Witanti²⁾, Asep Id Hadiana³⁾

^{1,2,3)} Jurusan Informatika, Fakultas Sains dan Informatika, Universitas Jenderal Achnad Yani Cimahi
Jl. Terusan Jendral Sudirman, Cimahi, Jawa Barat, 40533
Email : _riantoprasetya@gmail.com¹⁾, witanti@gmail.com²⁾, ahadiana@gmail.com³⁾

Abstrak

Tiga Negeri Music House Bandung merupakan sebuah perusahaan distributor alat musik seperti gitar, keyboard, gitar bass, drum, saksofon dan perlengkapan audio. Perusahaan ini memulai usahanya pada tahun 1986 oleh seorang pengusaha muda dari Bandung mulai sebuah toko kecil. Pada awalnya perusahaan ini menjual alat musik gitar dan keyboard. Selama ini sistem penjualannya masih mengandalkan media interaksi dengan pelanggan secara langsung dan masih berpusat pada lokasi tertentu. Hal ini tentunya menyulitkan pihak manajemen untuk memperluas pangsa pasar. Pasar yang terbatas membuat pihak manajemen harus melakukan inovasi perluasan pasar sasaran melalui pembuatan sistem informasi penjualan berbasis web. Fokus pembuatan sistem informasi penjualan berbasis web sebagai sarana untuk memperluas pangsa pasar dengan sasaran meraih keuntungan yang lebih kompetitif. Dengan adanya sistem informasi penjualan produk berbasis web penjualan diharapkan menghasilkan sistem yang berguna untuk bagian penjualan serta meningkatkan layanan penjualan pada pelanggan dan mempercepat dalam pengelolaan data serta dalam mencatat laporan hasil penjualan.

Kata Kunci ; sistem informasi penjualan, corporate business to customer, business to business.

1. Pendahuluan

Perusahaan sebagai organisasi yang memiliki kecenderungan orientasi pada laba, selalu membutuhkan sistem yang terkomputerisasi dalam mengumpulkan, menyimpan, dan memproses data untuk menghasilkan informasi yang dapat membantu perusahaan dalam melakukan perencanaan strategi dan pengambilan suatu keputusan secara efektif. Tanpa adanya sistem yang terkomputerisasi, perusahaan akan menghadapi kendala untuk mendapatkan informasi yang actual dan akurat [1]. Tiga Negeri Music House Bandung merupakan sebuah perusahaan distributor alat musik seperti gitar, keyboard, gitar bass, drum, saksofon dan perlengkapan audio. Perusahaan ini memulai usahanya pada tahun 1986 oleh seorang pengusaha muda dari Bandung mulai sebuah toko kecil. Pada awalnya perusahaan ini menjual alat musik gitar dan keyboard. Setelah 6 tahun yang sukses

dalam bisnis ritel, dia memutuskan untuk menjadi distributor. Pada tahun 1992 berhasil menjadi distributor GEM, produsen keyboard dari Italia. Tapi titik balik itu datang pada tahun 1996 ketika mulai untuk menjadi distributor untuk Jerman produsen muda perlengkapan audio disebut Behringer dan sejak itu tumbuh menjadi salah satu alat musik terbesar dan distributor peralatan audio Indonesia.

Dengan luas fasilitas penjualan, gudang dan distribusi yang berbasis di Bandung, 3 toko di Jakarta, dan Cirebon, jaringan lebih dari 100 dealer di seluruh Indonesia, mewakili merek-merek terkenal alat musik, pro audio, dan DJ produk seperti Behringer, Meinel, Rocktron, GHS, Genz Benz, Schecter, Fernandes, Regal Tip dan banyak lainnya.

Selama ini sistem penjualannya masih mengandalkan media interaksi dengan pelanggan secara langsung dan masih berpusat pada lokasi tertentu. Hal ini tentunya menyulitkan pihak manajemen untuk memperluas pangsa pasar. Di sisi lain, jumlah pesaing yang semakin bertambah menyebabkan perusahaan semakin sulit menjaga performansi dan kinerja dengan tingkat penjualannya. pelanggan seringkali sulit untuk mengakses berbagai informasi tentang produk, informasi harga terbaru, media promosi terbatas dan cenderung tidak fleksibel, hambatan personalisasi, dan biaya operasional yang semakin meningkat [3]. Pasar yang terbatas membuat pihak manajemen harus melakukan inovasi perluasan pasar sasaran melalui pembuatan sistem informasi penjualan berbasis web. Fokus pembuatan sistem informasi penjualan berbasis web sebagai sarana untuk memperluas pangsa pasar dengan sasaran meraih keuntungan yang lebih kompetitif. customer dapat melakukan pemesanan dan pembelian dimana saja tanpa batasan tempat dan waktu, serta tanggap akan informasi yang dibutuhkan [4].

Penelitian yang dilakukan memiliki permasalahan serupa terjadi pada pembeli yang ingin melakukan transaksi pembelian masih harus datang langsung ke toko. Dengan demikian pembeli membutuhkan biaya yang lebih besar dan waktu yang cukup lama untuk membeli ataupun sekedar ingin mengetahui tentang beberapa merk yang tersedia di Toko Kreatif SUNCOM Pacitan, selain itu pembeli sulit mendapatkan informasi tentang berbagai produk yang dijual di toko Kreatif SUNCOM Pacitan. [2]. Permasalahan juga terjadi pada Apotek Jati farma Arjosari untuk menghitung dan

memproses data penjualan obat yang dilakukan secara konvensional akan memakan banyak waktu dan tenaga, belum lagi kesalahan yang rentan terjadi. Biasanya data-data yang masuk akan dicatat ke dalam sebuah buku, pencatatan ini merupakan pekerjaan yang tidak mudah dan selain membutuhkan waktu juga sangat menguras tenaga. Selain itu penyusunan data pada apotek yang ada juga akan terhambat dengan dilakukannya cara-cara pengelolaan yang masih bersifat konvensional [5]. Berdasarkan permasalahan tersebut Solusi untuk mengatasi permasalahan yang ada pada bagian penjualan di Tiga Negeri Music House maka dibutuhkan sistem informasi penjualan produk berbasis web dengan data yang ada pada bagian penjualan diharapkan menghasilkan sistem yang berguna untuk pihak perusahaan terutama bagian penjualan serta meningkatkan layanan penjualan pada pelanggan dan mempercepat dalam pengelolaan data serta dalam mencatat laporan hasil penjualan.

2. Tinjauan Teori

1. Pengertian Sistem Informasi

Sebuah sistem informasi merupakan kumpulan dari perangkat keras dan perangkat lunak komputer serta manusia yang akan mengolah data menggunakan perangkat keras dan perangkat lunak tersebut, masih dalam buku, terdapat beberapa definisi lain dari sistem informasi sebagai berikut:

- a. Suatu sistem yang dibuat oleh manusia yang terdiri dari komponen-komponen dalam organisasi untuk mencapai suatu tujuan yaitu menyajikan informasi.
- b. Sekumpulan prosedur organisasi yang pada saat dilaksanakan akan memberikan informasi bagi pengambil keputusan dan atau untuk mengendalikan organisasi.
- c. Suatu sistem didalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi, mendukung operasi, bersifat manajerial, dan kegiatan strategi dari suatu organisasi dan menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan.

2. Pengertian Sistem Informasi Penjualan

Sistem penjualan adalah sistem yang melibatkan sumber daya dalam suatu organisasi, procedure, data, serta sarana pendukung untuk mengoperasikan sistem penjualan, sehingga menghasilkan informasi yang bermanfaat bagi pihak manajemen dalam mengambil keputusan.

Sistem informasi penjualan dapat diartikan suatu pembuatan pernyataan penjualan, kegiatan akan dijelaskan melalui prosedur-prosedur yang meliputi urutan kegiatan sejak diterimanya pesanan dari pelanggan, pengecekan barang ada atau tidak ada dan diteruskan dengan pengiriman barang yang disertai dengan pembuatan faktur dan mengadakan pencatatan atas penjualan yang berlaku [Niswonger, 1999].

3. Pengertian *Corporate*

Kata *corporate* biasa digunakan untuk menggambarkan sebuah perusahaan besar atau induk perusahaan. Artinya, perusahaan tersebut merupakan perusahaan inti yang memiliki bermacam-macam anak perusahaan di bawahnya. Korporat atau korporasi (bahasa Inggris: *Corporate*) adalah sekelompok orang yang bersatu mendirikan sebuah entitas berbadan hukum. Kata *corporate* berasal dari bahasa latin yaitu *corporationem* yang artinya “mendirikan badan”.

4. *Business to Consumer* (B2C)

Business to Consumer (B2C) menggambarkan kegiatan bisnis antarperusahaan atau penjual dengan pelanggan yang mana pelanggan membeli produk kepada penjual untuk dipakai sendiri bukan untuk dijual lagi

5. *Business to Business* (B2B)

Business to Business (B2B) menggambarkan transaksi perdagangan antarperusahaan, seperti antara produsen dan grosir, atau antara grosir dan pengecer dimana grosir membeli produk kepada produsen untuk dijual lagi kepada pengecer, dan kemudian pengecer tersebut akan menjual lagi produk tersebut kepada konsumen.

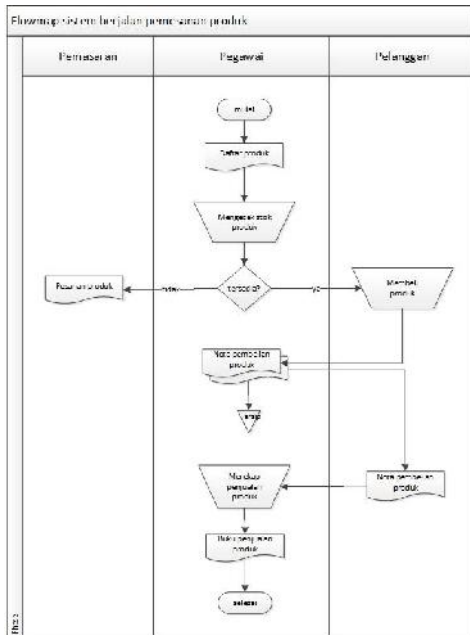
6. Waterfall Model

Metode waterfall adalah “*Linear Sequential Model*” atau sering disebut dengan “*classic life cycle*” yang pertama kali diperkenalkan oleh Winston Royce sekitar tahun 1970 dan paling banyak digunakan dalam *Software Engineering (SE)*. disebut dengan waterfall karena tahap demi tahap yang dilalui harus menunggu selesainya tahap sebelumnya dan berjalan berurutan.

3. Pembahasan

Tujuan dari penelitian ini yaitu membangun system informasi penjualan *corporate* yang dapat membantu pihak perusahaan khususnya pada bagian pemasaran dalam mengelola penjualan produk dan memberikan informasi berupa data hasil jual produk yang berhubungan dengan stok produk menghasilkan informasi untuk bagian produksi sehingga kekosongan stok produk dapat diatasi, pelangganmendapatkan produk yang dibeli tanpa harus menunggu dengan waktu yang lama.

Digambarkan pada flowmap sebagai berikut:



Gambar 1. Flowmap Pemesanan Produk Business to Consumer

Sistem berjalan pemesanan produk melibatkan actor pelanggan, pemasaran dan pegawai.

1. Proses diawali dari pemeriksaan produk berdasarkan daftar produk dan stoknya.
2. Jika produk masih tersedia, pelanggan dapat melakukan transaksi pembelian.
3. Jika produk tidak tersedia maka bagian pemasaran mengajukan pengajuan stok produk kepada gudang.
4. Pemasaran akan membuat nota pembelian produk yang diserahkan pada pelanggan sebagai bukti pembelian produk.
5. Pemasaran mencatat penjualan produk ke buku penjualan produk.

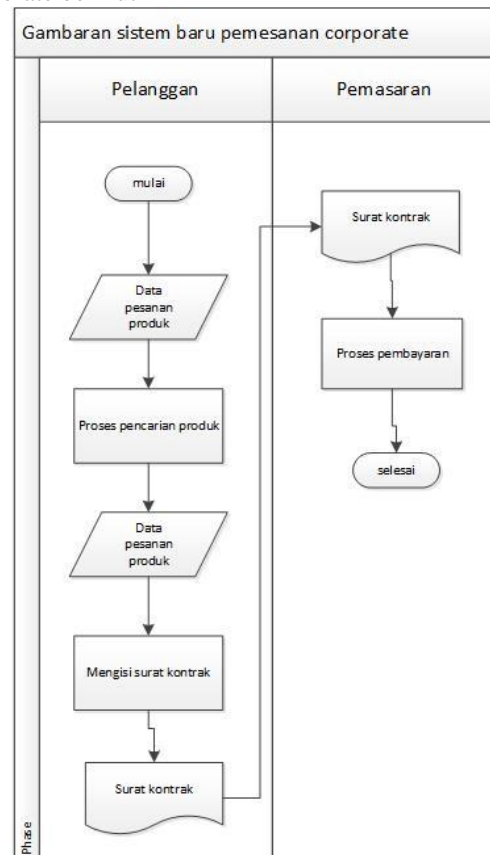
Analisa pengguna menjelaskan pengguna yang terlibat pada keseluruhan proses berjalan dari proses pemesanan produk sampai pengiriman produk hingga menghasilkan laporan penjualan bagi pimpinan perusahaan.

No	Pengguna	Tugas
1	Pelanggan	Seorang yang melakukan pemesanan terhadap produk yang disediakan perusahaan.
2	Pemasaran	Seorang yang menerima dan memproses pesanan pelanggan.
3	Gudang	Seorang yang mengetahui/memperbaharui stok produk yang tersedia di gudang dan seorang yang membuat surat jalan untuk diberikan kepada bagian pengiriman.
4	Pengiriman	Seorang yang bertugas mengirimkan produk kepada pelanggan.

Gambaran Sistem Baru Pemesanan Corporate melibatkan aktor pelanggan dan pemasaran. Penjelasan proses sistem pemesanan corporate.

- a. Pelanggan melakukan login pada sistem
- b. Pelanggan melihat dan mencari barang yang akan dipesan
- c. Pelanggan memilih barang yang dipesan dengan memasukkan stok yang di inginkan
- d. Pemesanan barang akan masuk pada keranjang belanja, pelanggan dapat melihat keranjang belanja produk yang akan dibeli.
- e. Pelanggan akan mengisi surat kontrak.
- f. Surat permintaan barang akan dikirim ke bagian pemasaran

Dapat dilihat pada gambar flowmap pemesanan corporate berikut

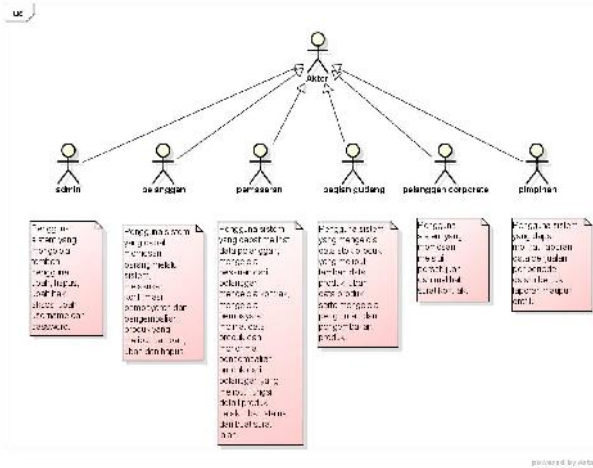


Gambar 2. Flowmap Pemesanan Produk Business to Business

Berikut ini adalah deskripsi *business actor system* untuk perangkat lunak sistem informasi penjualan yang didapat dari hasil analisa pengguna, pada analisa pengguna terdapat enam aktor yaitu pelanggan, pemasaran, bagian gudang, bagian keuangan, dan bagian pengiriman. Pada *business* aktor ini terdapat penambahan aktor pimpinan dan admin. Aktor pimpinan diperlukan agar pimpinan dapat melihat langsung laporan-laporan mengenai penjualan secara *real team* dalam perusahaan, dikarenakan sistem *multiuser* maka dari itu perlu adanya aktor untuk mengelola data user sistem sehingga pada *business* aktor ini ditambahkan aktor

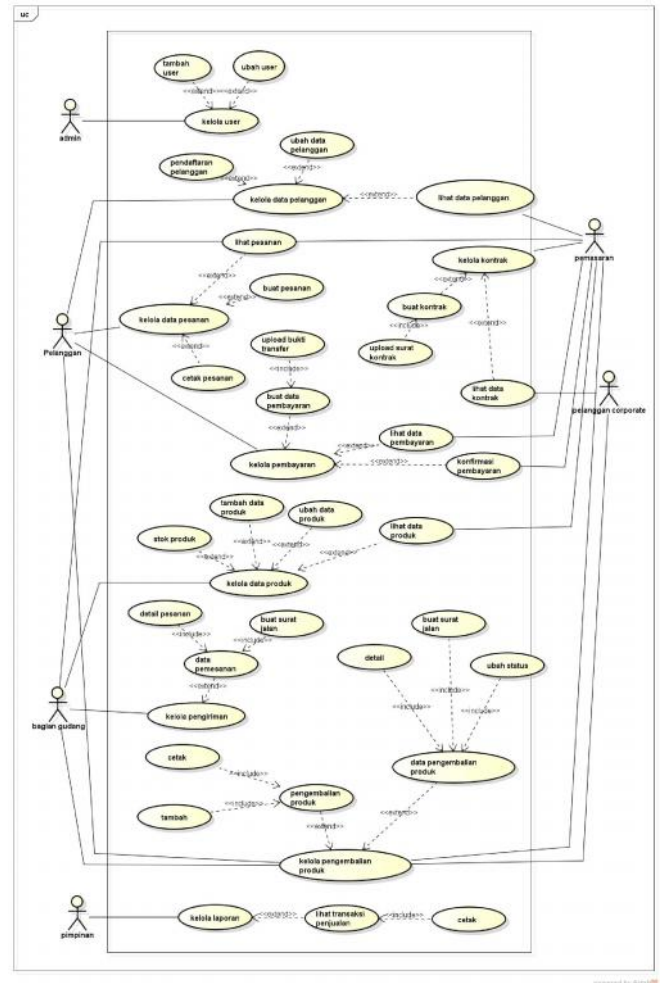
admin untuk memberikan hak akses sistem kepada setiap user.

1. Admin, memiliki hak akses untuk mengelola user sistem. Admin dapat melakukan aksi tambah *user*, ubah data *user*, dan hapus data *user*.
2. Pelanggan, memiliki hak akses untuk mengelola pendaftaran, melakukan pemesanan, melakukan pembayaran dan melakukan pengembalian produk.
3. Pelanggan *Corporate*, memiliki hak akses untuk melihat data kontrak dan melakukan pengembalian produk.
4. Bagian pemasaran, memiliki hak akses untuk melihat data pelanggan, melihat data pesanan, membuat kontrak, melihat data kontrak, melihat data pembayaran, mengkonfirmasi pembayaran, dan melihat data produk.
5. Bagian gudang, memiliki hak akses untuk mengelola data stok barang dan data mengelola pengiriman.
6. Pimpinan, memiliki hak akses untuk melihat informasi yang disajikan melalui laporan dan grafik penjualan.

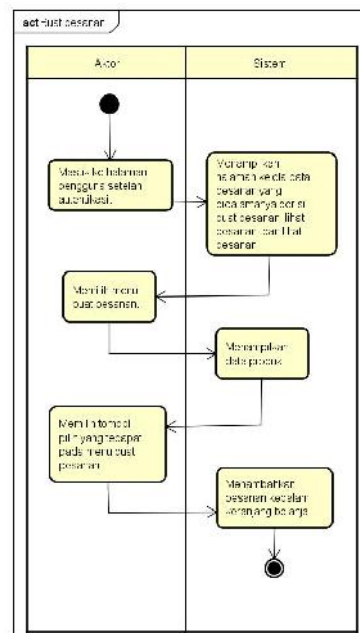


Gambar 3. Business Actor System

Use case diagram menggambarkan aktor berinteraksi dengan sistem, dibuat sesuai proses bisnis yang telah diidentifikasi pada analisa sistem yang sedang berjalan. *Use case diagram* digambarkan dengan aktor dan *use case*. Aktor menggambarkan siapa saja yang terlibat dalam menggunakan sistem, sementara *use case* adalah gambaran dari sistem yang membentuk perangkat lunak. Sasaran pemodelan *use case* diantaranya mendefinisikan kebutuhan fungsional dan operasional sistem dengan mendefinisikan skenario penggunaan yang disepakati antara pemakai dan perancangan. Dapat dilihat pada gambar *use case* sistem informasi penjualan corporate produk pada Tiga Negeri Music House Bandung sebagai berikut :



Gambar 4. Use Case Diagram



Gambar 5. Activity Diagram Buat Pesanan

Activity diagram akan menunjukkan alur proses yang terjadi di dalam sistem dan berfokus pada satu proses yang berfungsi untuk memodelkan suatu proses. Hal tersebut dapat membantu menggambarkan proses yang terjadi secara keseluruhan agar dapat dipahami. Activity Diagram Buat Pesanan dapat dilihat pada Gambar 5.

Hasil dari penelitian ini yaitu sebuah sistem informasi penjualan *corporate business to konsumen* (B2C) dan *business to business* (B2B) produk pada Tiga Negeri Music House Bandung

1. Halaman login

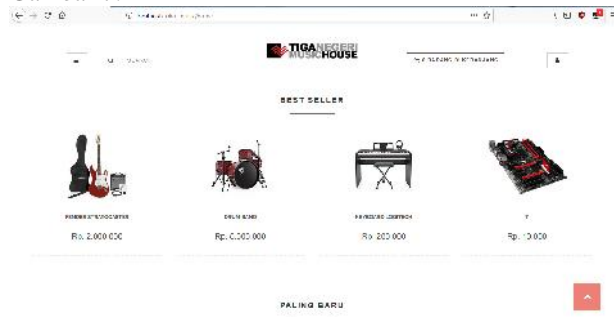
Halaman login adalah tampilan awal sistem untuk pelanggan dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Halaman Login

2. Halaman Beranda

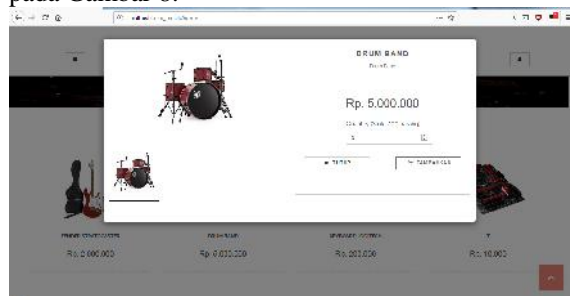
Halaman beranda pelanggan adalah tampilan awal ketika pelanggan berhasil melakukan login dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Halaman Beranda

3. Tampilan detail produk

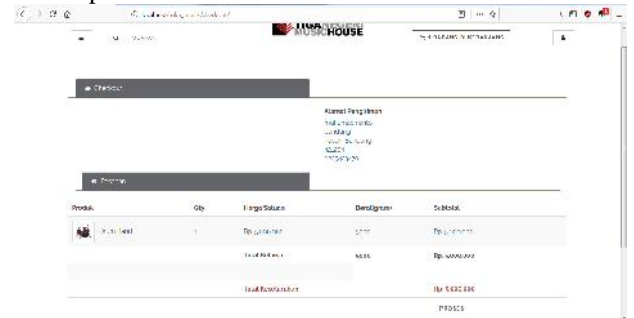
Tampilan detail produk adalah tampilan untuk melihat detail produk seperti harga dan stok produk dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Tampilan detail produk

4. Halaman Keranjang

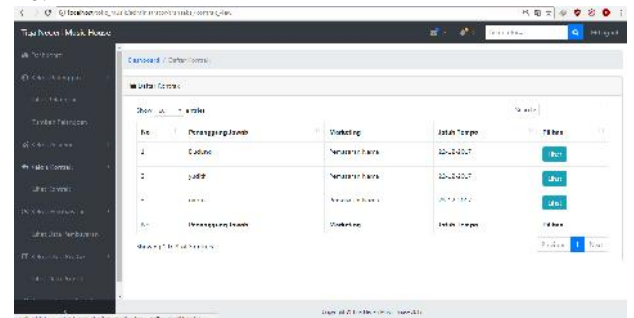
Halaman keranjang adalah Halaman ketika pelanggan sudah memesan produk dan masuk keranjang dapat dilihat pada Gambar 9.



Gambar 9. Halaman keranjang

5. Halaman Lihat Kontrak

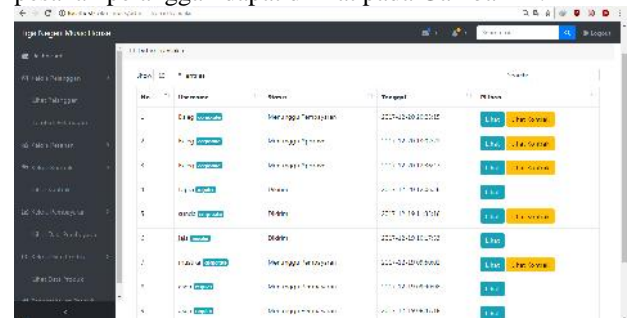
Halaman lihat kontrak adalah halaman yang berisi daftar kontrak pelanggan corporate dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 10. Halaman Lihat kontrak

6. Halaman Lihat Pesanan

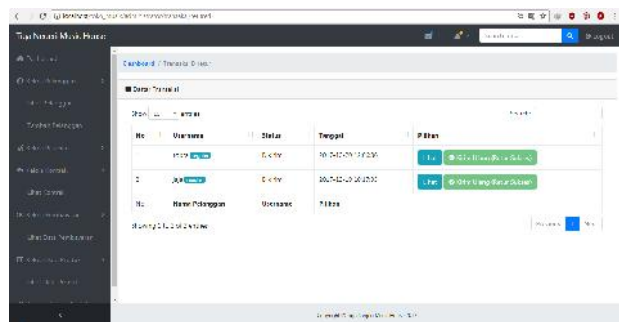
Halaman lihat pesanan adalah halaman yang berisi daftar pesanan pelanggan dapat dilihat pada Gambar 11.



Gambar 11. Halaman Lihat pesanan

7. Halaman Pengembalian Produk

Halaman pengembalian produk adalah halaman yang berisi daftar produk yang akan dikembalikan dapat dilihat pada Gambar 12.



Gambar 12. Halaman Pengembalian Produk

Magister Komputer (M.Kom) Program Pasca Sarjana Magister Informatika Universitas Komputer, lulus tahun 2011. Saat ini menjadi Dosen di Universitas Jenderal Achmad Yani Cimahi.

3. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dan hasil pembahasan yang diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada penjualan yang sedang berjalan masih terdapat kelemahan terutama pada proses pencatatan penjualan.
2. Dengan menggunakan system informasi penjualan corporate yang berbasis web maka proses penyimpanan data dapat lebih akurat dan tersimpan rapi, serta proses penyampaian informasi penjualan dapat lebih cepat dan respon terhadap penjualan pun akan lebih cepat.

Daftar Pustaka

- [1] I. N. Indah, "Pembuatan Sistem Informasi Penjualan Pada Toko Sehat Jaya Elektronik Pacitan," *Indonesian Journal on Computer Science*, vol. 10, no. 2, pp. 124-128, 2013.
- [2] Y. Wiharjanto, "Perancangan Sistem Penjualan Tunai Berbasis Web Sebagai Sarana Informasi Produk Bagi Konsumen Pada PT. Warna AC," *Jurnal Nominal*, vol. 1, no. 1, pp. 6-11, 2012.
- [3] S. Haryanti and T. Irianto, "Rancang Bangun Sistem Informasi E-Commerce Untuk Usaha Fashion Studi Kasus Omah Mode Kudus," *Jurnal Speed*, vol. 3, no. 1, pp. 8-14, 2011.
- [4] R. V. Imbar and E. Tirta, "Analisa, Perancangan dan Implementasi Sistem Informasi Penjualan Pelumas Studi Kasus : Perusahaan "PT. Pro Roll International"," *Jurnal Informatika*, vol. 3, no. 1, pp. 119-149, 2007.
- [5] U. Hasanah, "Sistem Informasi Penjualan On_Line Pada Toko Kreatif SUNCOM Pacitan," *Indonesian Journal on Networking and Security*, vol. 2, no. 4, pp. 40-48, 2013.

Biodata Penulis

M Rianto Prasetya, mahasiswa Unjani jurusan Informatika Fakultas Sains dan Informatika.

Wina Witanti, memperoleh gelar Sarjana Teknik (S.T), Jurusan Teknik Informatika Sekolah Tinggi Teknologi YBS Internasional, lulus tahun 2001. Memperoleh gelar Magister Teknik (M.T) Program Pasca Sarjana Magister Dept Informatika Intitut Teknologi Bandung, lulus tahun 2006. Saat ini menjadi Dosen di Universitas Jenderal Achmad Yani Cimahi.

Asep Id Hadiana, memperoleh gelar Sarjana Sistem Informasi (S.Si), Jurusan Teknik Informatika Universitas Padjadjaran, lulus tahun 2002. Memperoleh gelar