

Analisa Perancangan Dan Penggunaan Sistem Penjualan Pada Pt. Tirta Varia Inti Pratama

Danny Ong

Universitas Bina Sarana Informatika

Kampus Kramat 98, Jl. Kramat Raya No. 98, Senen, Jakarta Pusat 10450, DKI Jakarta

danny.dnx@bsi.ac.id

INTISARI

PT. Tirta Varia Intipratama adalah salah satu perusahaan swasta yang bergerak di bidang penjualan sangat penting untuk cepat dan tanggap dalam memperoleh informasi penjualan demi memantau keadaan penjualan dengan penyajian informasi penjualan yang sesuai dengan kebutuhan pihak eksekutif. Maka dengan adanya Sistem Informasi Eksekutif (EIS) Penjualan ini, pihak eksekutif dapat melihat informasi penjualan dengan mudah dimanapun dan kapanpun melalui akses internet. Untuk merancang Sistem Informasi Eksekutif (EIS) Penjualan di PT. Tirta Varia Intipratama yang menghasilkan informasi penjualan yang mudah dipahami pihak eksekutif dengan penyajian informasi penjualan melalui grafik dan tabel, dengan hal tersebut maka sangat memudahkan pihak eksekutif dalam memperoleh informasi penjualan secara lebih ringkas dan tepat sesuai kebutuhan sehingga mempermudah proses analisa dan pengambilan keputusan dibidang penjualan oleh pihak eksekutif. Sistem informasi eksekutif merupakan salah satu sistem informasi yang sangat diperlukan untuk perusahaan karena sangat membantu pihak eksekutif untuk menganalisis dan memberikan informasi dalam bentuk ringkas dan menampilkan data sesuai kebutuhan. Hal ini dilengkapi pada PT. Tirta Varia Intipratama yang dirasa perlu adanya Sistem Informasi Eksekutif (EIS) khususnya bidang penjualan karena PT. Tirta Varia Intipratama yang merupakan salah satu perusahaan distributor air minum dalam kemasan (AMDK) yaitu merk AQUA, MIZONE dan VIT. Yang memiliki 12 depo yang tersebar pada daerah Jakarta dan Tangerang sangat penting untuk cepat dan tanggap dalam memperoleh informasi penjualan demi memantau keadaan penjualan dengan penyajian informasi penjualan yang sesuai dengan kebutuhan pihak eksekutif Sales Development Manager, Sales Manager, Channel Manager, Branch Manager dan Sales Supervisor yaitu berfungsi sebagai bahan pertimbangan untuk menganalisis serta memberikan gambaran mengenai apa yang akan menjadi strategi penjualan kedepannya demi tercapainya sebuah target penjualan pada perusahaan. Metodologi penelitian yang digunakan yaitu *Value Chain* sehingga dapat diketahui kondisi PT. Tirta Varia Intipratama secara keseluruhan baik dari dalam maupun dari luar dan perancangan yang terstruktur mulai dari sistem yang diusulkan melalui UML (Unified Modeling Language) dan pengujian program yang diusulkan menggunakan Blackbox Testing. Ada pun perancangan aplikasinya menggunakan bahasa pemrograman PHP (PHP Hypertext Preprocessor) dengan Framework CodeIgniter (CI) dan pembuatan database pada MySQL. Hasil dari penelitian ini dapat memudahkan pihak eksekutif dalam menganalisis hasil penjualan dari proses bisnis yang berjalan.

Kata kunci—*Sistem Informasi Eksekutif, Analisis, Penjualan*

ABSTRACT

PT. Tirta Varia Intipratama as a private company that is engaged in sales. So it is important to be fast and responsive in obtaining sales information in order to monitor the state of sales by presenting sales information according to the needs of the executive. So with the Sales Executive Information System (EIS), the executive can view sales information easily anywhere and anytime via internet access. To design a Sales Executive Information System (EIS) at PT. Tirta Varia Intipratama which produces sales information that is easily understood by executives by presenting sales information through charts and tables, with this it greatly facilitates executives in obtaining sales information more concisely and precisely as needed so as to facilitate the analysis and decision making process in the sales sector the executive. The executive information system is one of the information systems that is indispensable for the company, because it really helps executives to analyze and provide information in a concise form and display data as needed. Likewise at PT. Tirta Varia Intipratama felt the need for an Executive Information System (EIS), especially in the sales sector because PT. Tirta Varia Intipratama, which is a distributor of bottled drinking water (AMDK), namely the AQUA, MIZONE and VIT brands. Which has 12 depots spread across Jakarta and Tangerang areas. So it is important to be quick and responsive in

obtaining sales information in order to monitor the state of sales by presenting sales information according to the needs of the Sales Development Manager, Sales Manager, Channel Manager, Branch Manager and Sales Supervisor. That is to be used as a material for consideration to analyze and provide an idea of what will be a sales strategy in the future in order to achieve a sales target at the company. The research methodology used is analysis using Value Chain tools so that it can be seen the condition of PT. Tirta Varia Intipratama as a whole both from within and from outside and a structured design starting from the proposed system through UML (Unified Modeling Language) and testing the proposed program using Blackbox Testing. There is also application design using the PHP programming language (PHP Hypertext Preprocessor) with the CodeIgniter Framework (CI) and database creation on MySQL. The results of this study can make it easier for executives to analyze sales results from ongoing business processes

Kata kunci—Executive Information System, Analyst, Sales

I. PENDAHULUAN

Dunia teknologi berkembang begitu pesatnya di Indonesia. Hal ini memotivasi banyak orang untuk dapat mengiringi kemajuan dunia teknologi. Kecepatan memperoleh informasi merupakan suatu tanda meningkatnya teknologi informasi saat ini. Teknologi informasi juga merupakan hal yang penting pada suatu perusahaan karena keberhasilan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan tersebut mengembangkan teknologi informasi sebagai penunjang berjalannya proses bisnis. Begitu pula dengan PT. Tirta Varia Intipratama yang merupakan salah satu perusahaan distributor air minum dalam kemasan (AMDK) yaitu merk AQUA, MIZONE dan VIT. Yang memiliki 12 depo yang tersebar pada daerah Jakarta dan Tangerang. Saat ini volume penjualan adalah lebih dari 1,4 milyar liter per tahun. Yang berusaha menjadi solusi distribusi nomor 1 untuk AMDK melalui pelayanan dan kinerja kelas dunia.

Dengan demikian, penting untuk cepat dan tanggap dalam memperoleh informasi demi memantau keadaan penjualan dengan penyajian informasi penjualan yang sesuai dengan kebutuhan pihak eksekutif yaitu *Sales Development Manager, Sales Manager, Channel Manager, Branch Manager dan Sales Supervisor* yang berguna sebagai bahan pertimbangan untuk menganalisis serta memberikan gambaran apa yang akan menjadi strategi penjualan kedepannya demi mencapai target penjualan pada perusahaan.

Namun saat ini, proses pengolahan data penjualan di PT. Tirta Varia Intipratama cenderung rumit yaitu dengan mengolah data dari beberapa data penjualan dalam format Ms. Excel dengan memanfaatkan rumus fungsi *sum, average, if, countif, vlookup dan pivot table* sampai menjadi laporan penjualan yang sesuai dengan kebutuhan pihak eksekutif

Oleh karena itu admin yang mengolah data penjualan membutuhkan waktu yang cukup lama dan ketelitian yang lebih dalam proses pengerjaannya sedangkan *deadline* waktu pengerjaan laporan yang singkat, menyebabkan laporan yang disajikan belum selalu akurat. Sehingga laporan harus direvisi kembali, sedangkan laporan penjualan tersebut dibutuhkan secepatnya. Dengan demikian, pihak eksekutif pun terhambat dalam penerimaan laporan penjualan yang digunakan sebagai media informasi untuk memantau hasil penjualan harian maupun untuk bahan meeting hasil penjualan bulanan. Maka dengan seiringnya perkembangan teknologi, PT. Tirta Varia Intipratama memerlukan sebuah sistem informasi yang memiliki fasilitas informasi penjualan yang memungkinkan pihak eksekutif untuk mengakses informasi penjualan dengan mudah dan tepat, sehingga dapat cepat untuk melakukan pengidentifikasian masalah, pengeksplorasian solusi dan menjadi dasar dalam proses perencanaan yang sifatnya strategis dibidang penjualan. Berdasarkan halhal tersebut, maka dalam penulisan Laporan Makalah ini, penulis mengambil judul “Analisa Perancangan dan Penggunaan Sistem Penjualan Di PT. Tirta Varia Intipratama”.

H1 : Apakah adanya sistem penjualan membantu pencatatan administrasi perusahaan menjadi lebih baik ?

H2 : Apakah adanya sistem penjualan membantu pengambilan keputusan oleh manajemen menjadi lebih tepat ?

II. METODOLOGI PENELITIAN

Proses penjualan dari pemrosesan data yang dilakukan harus memenuhi kriteria yang baik (Mutiarasari Us et al., 2020) :

1. Menerima Pesanan dari Pelanggan
2. Memproses pesanan dan memuat order
3. Memproduksi atau memperoleh barang pesanan sesuai dengan order

4. Persiapan packaging dan mencetak dokumen penjualan
5. Finalisasi data pelanggan
6. Pengiriman barang dan proses tagihan

Menurut (Calixto & Ferreira, 2020) dalam penyusunan metodologi adaptasi terhadap sistem penjualan dapat diukur dengan beberapa tahapan yaitu :

1. Pemahaman Bisnis
2. Pemahaman Data
3. Penyiapan Data
4. Modelling
5. Proses Evaluasi
6. Pengembangan

Pemahaman dalam pengembangan suatu sistem ke suatu arah pencapaian harus dilakukan perencanaan (Wibawanti et al., 2018) yaitu :

1. Perancangan Model UML
2. Perancangan Diagram Use Case
3. Perancangan Antar Muka (Interface)

Proses pengembangan *sales and operations planning (S&OP)* memiliki banyak *gap* dan *challenge* yaitu terkait

1. Pembuatan S&OP *integrated*
2. Spesifikasi S&OP mengenai
 - a. Jenis Usaha
 - b. Struktur organisasi
 - c. Tingkat Kesulitan
3. Kerja sama dalam proses *Supply Chain* dan proses Pemasaran
4. Mengantisipasi reaksi dan keinginan
5. Analisa dan *Big Data*

Mengembangkan model bisnis untuk layanan yang baik dalam pengembangannya harus dilihat secara baik (Ionaşcu & Ionaşcu, 2018) mengenai :

1. Produk Orientasi Layanan
2. Penggunaan fungsi Orientasi Layanan
3. Penentuan Hasil dalam Orientasi Layanan

Efek dalam kapabilitas penjualan dalam organisasi memiliki pengaruh terkait hubungan personal (Yi et al., 2021) :

1. Target Pelanggan
 - a. Segmentasi Pelanggan
 - b. Menargetkan Pelanggan Dalam Kondisi yang Diharapkan
 - c. Memilih Pendekatan Model Penjualan Setiap Pelanggan
2. Strukturisasi Penjualan
 - a. Menentukan cara dan teknis penjualan

b. Mengatur Penjualan Sales

Menurut (Nirwana & Haliah, 2018) terdapat 3 faktor utama dalam organisasi yang harus disosialisasikan dan disepakati oleh semua anggota dalam kaitannya terhadap penyusunan laporan keuangan yang dapat dipertanggung jawabkan yaitu :

1. *Personal Factor (Competence)*

Setiap anggota harus memiliki pengetahuan dasar terkait rekap transaksi dan dasar pemahaman laporan keuangan agar tidak ada dominasi seseorang dalam organisasi sehingga dapat saling koreksi

2. *System / Administration Factor (Regulation)*

Kesepakatan untuk transparan dari setiap jajaran anggota terkait pemasukan dan pengeluaran harus memiliki bukti dan dilampirkan sebagai bentuk tanggung jawab terhadap aktivitas yang sudah dilakukan dalam organisasi

3. *Political Factor*

Faktor politik dari adanya kerja sama beberapa anggota untuk kepentingan tertentu harus dikeluarkan dari pemikiran karena hal seperti ini dapat berpotensi terjadi KKN yang akan merusak laporan keuangan perusahaan yang sesungguhnya karena adanya kepentingan tertentu

Dalam menganalisa laporan keuangan untuk menentukan keputusan organisasi menurut (Goldmann, 2020) terdapat 4 langkah utama yaitu :

1. *Individual Decision*

Memahami laporan secara individu lalu menarik kesimpulan pribadi

2. *Group Decision*

Dilakukan diskusi kelompok dari kesimpulan yang dipahami

3. *Comparison*

Melakukan perbandingan dari periode ke periode yang dilalui dan juga melakukan *benchmarking*

Menurut (Medina-Serrano et al., 2020) Penilaian dari laporan keuangan yang dihasilkan akan diperoleh berbagai macam kriteria untuk dilakukan pengawasan yang berkaitan dengan :

1. Strategi value

Berhubungan dengan teknikal atau strategi untuk meningkatkan keuntungan

2. Resource Position
Berhubungan dengan pengalokasian sumber daya dari sisi pemanfaatan keuangan untuk pemberdayaan produk dan juga SDM
3. Performance
Berhubungan dengan efisiensi pengeluaran biaya kegiatan
4. Potential for Opportunism
Berhubungan dengan pemikiran strategi untuk mendapatkan peluang perbaikan kearah yang lebih menguntungkan

Kegiatan pelaksanaan penelitian, dilakukan dengan melakukan penilaian menggunakan metode *BalanceScorecard* (Rotchanakitumnuai, 2013)

1. Survei Literature dan Studi Pustaka
Dilakukan pencarian jurnal yang memiliki keterkaitan dan dilakukan proses pendetailan
2. Identifikasi Masalah
Pengidentifikasi masalah dan dirumuskan untuk memproses analisa
3. Melakukan Hipotesis
Pelaksanaan hipotesis mengenai proses penelitian yang dilakukan
4. Wawancara dan Kuesioner
Penyusunan topik wawancara dan kuesioner untuk mendapatkan referensi data penelitian
5. Analisa
Kegiatan analisa terkait hasil pengumpulan data yang diperoleh
6. Mengambil Kesimpulan dan Saran
Merangkum kesimpulan dan pemberian saran atas hasil penelitian mengenai hipotesis yang diperoleh.



Gambar 1. Rencana Kerja

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa kebutuhan proyek untuk PT Tirta Varia Inti Pratama yaitu mengenai sistem penjualan yang dapat mendukung penjualan online serta sistem dapat mengatasi data-data penyimpanan barang dari supplier berbeda. Admin dapat memasukan data barang dari supplier yang berbeda. Admin dapat mengubah data barang dari supplier yang berbeda. Admin dapat menghapus data barang dari supplier yang berbeda. Sistem bisa menampilkan info pada stok barang. Cheker dan Head Office dapat melihat stok barang masuk dan barang keluar. Sistem bisa menampilkan format pesanan. Marketing dapat membuat pesanan barang sesuai permintaan customer. Marketing dapat menghapus pesanan barang bila saat menginput terjadikesalahan

Pengembangan model bisnis untuk layanan yang baik dalam pengembangannya dilihat :

1. Orientasi Produk Layanan
Proses kegiatan sales yang dilakukan akan diproses pada sistem sehingga kegiatan dapat dibantu oleh sistem dan memperbesar peluang penjualan
2. Orientasi Fungsi Layanan
Hasil Kegiatan diproses oleh sistem dapat digunakan segala data yang ada untuk kebutuhan proses evaluasi untuk meningkatkan layanan penjualan yang baik dimana proses evaluasi dilakukan

oleh pemimpin yang memiliki relasi dengan bagian penjualan

3. Orientasi Hasil Layanan
Layanan transaksi sebelumnya yang tersimpan dapat dilakukan skema penilaian untuk melihat hasil dari transaksi yang terjadi untuk diperoleh kesimpulan hasil terbaik dari yang terpenuhi pada transaksi

Pemahaman organisasi untuk pengembangan suatu sistem ke suatu arah pencapaian dilakukan perencanaan

1. Perancangan UML
UML perancangan awalnya dilakukan oleh tim dengan mengacu pada kebutuhan dari team lapangan berhubungan dengan bagian penjualan oleh karena itu sistem yang dibuat akan melihat dari fungsi yang dibutuhkan untuk meningkatkan penjualan dan prediksi penjualan kedepan
2. Perancangan *Use Case*
Potensi kegiatan yang dapat terjadi pada suatu target, realisasi hingga proses penginputan harus dibuat perancangan teratur sehingga celah dari setiap fungsi yang dibutuhkan dapat dilakukan perbaikan dengan baik
3. Perancangan Antar Muka (*Interface*)
Perancangan tampilan layar harus disesuaikan pada fungsi mengenai penjualan yang sudah dijabarkan sehingga memberikan kemudahan penginputan oleh *user* karena penentuan *userfriendly* adalah prioritas yang menjadi utama dalam pengembangan

Dalam pengembangan sistem penjualan terdapat tantangan yang dilakukan dan dipecahkan :

1. Pendekatan standar operasional yang terintegrasi
Transaksi akan memiliki akumulasi dengan qty yang akan mencapai target dan dapat dicatat kedalam sistem dengan dibantu oleh *staff* karena dengan adanya pencatatan tersebut akan menjadi standar sehingga proses dapat dievaluasi dan diintegrasikan dengan bagian pemasaran
2. Spesifikasi Standar Operasional
Spesifikasi industri dilaksanakan dengan melihat kebutuhan barang

yang akan menjadi transaksi dan memungkinkan munculnya kegiatan pemasaran oleh organisasi dari data penjualan yang juga dapat memperoleh spesifikasi dari produk yang dijual dengan melihat acuan pelaksanaan operasional yang dilakukan

3. Hubungan *Supply Chain* dan *role* Pemasaran
Standar operasional yang dibuat secara rapi pada proses penjualan dapat memberikan siklus masuk dan keluar barang yang juga baik kepada perusahaan. Dengan proses tersebut tim penjualan dapat melakukan pencatatan kedalam sistem untuk mendukung proses rantai pasokan kegiatan pemasaran dapat dilakukan dengan maksimal tanpa adanya masalah ketersediaan barang.
4. Antisipasi Faktor Efek dan *demand*
Transaksi penjualan yang masuk dengan pemasaran yang dilakukan akan didukung dengan data yang tercatat dan tersimpan dengan baik pada penentuan SOP yang akan ditentukan dan dievaluasi untuk mendapatkan SLA terbaik sehingga sudut pandang perusahaan akan memiliki nama yang baik dimata pelanggan
5. Analisa
Kegiatan yang dilakukan dan analisa secara mendetail akan diberikan masukan terbaik dengan melihat dari kondisi yang ada sehingga keputusan yang dihasilkan dapat memperoleh hasil yang baik.

Pengukuran sistem penjualan dilakukan dengan pengukuran yang mencakup :

1. Pemahaman Bisnis
Pertama kali bagian teknis akan melakukan pendeskripsian proses bisnis dari fungsi penjualan yang akan disistemkan sesuai dengan prosedur yang sudah disepakati bersama
2. Pemahaman Data
Teknis penulisan data dilakukan setelah bisnis digambarkan dan dituliskan sehingga penyesuaian data dapat dijabarkan dengan fungsi bisnis penjualan yang ada
3. Penyiapan Data
Data yang sudah dijabarkan kemudian dilakukan penyiapan

untuk dilakukan uji coba pada sistem sehingga menggambarkan kondisi nyata

4. *Modelling*

Pemodelan sistem dilakukan secara struktural sehingga setiap urutan proses tergambar dengan baik

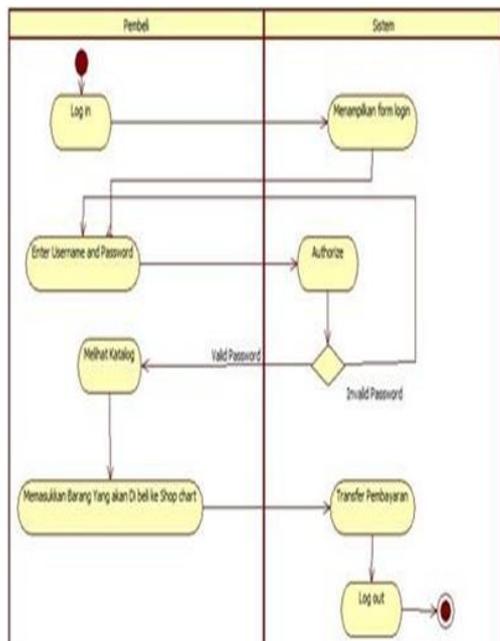
5. Pengembangan

Tahap selanjutnya dilakukan pengembangan sistem sesuai dengan proses bisnis dan tahapan data yang sudah dirancang sehingga menghasilkan 1 alur proses utama

6. Evaluasi

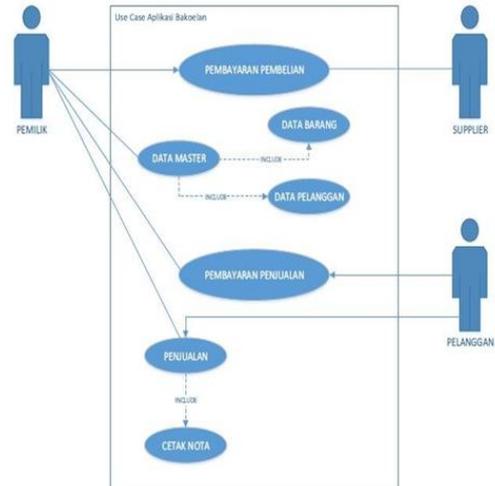
Setelah pengembangan program dibuat kemudian dilakukan evaluasi untuk melihat apakah program yang dikembangkan sudah siap digunakan untuk dilakukan implementasi pada lingkungan *production*

Activity Diagram yang dirancang untuk proses pada sistem penjualan :



Gambar 2. Activity Diagram Penjualan

Untuk Usecase diagram dirancang sedemikian rupa untuk mendukung proses bisnis berjalan yang digambarkan pada :



Gambar 3. Use Case Diagram Penjualan

Spesifikasi dokumen masukan yang digunakan pada sistem :

- Nama Dokumen : *Purchase Order*
- Fungsi : Sebagai Bukti Pesanan Dari Pelanggan
- Sumber : Pelanggan
- Tujuan : Bagian Penjualan
- Media : Kertas
- Jumlah : Satu Rangkap
- Frekuensi : Setiap Pelanggan Memesan
- Bentuk Dokumen : Lampiran 1

Gambar 4. Spesifikasi Dokumen Masukan

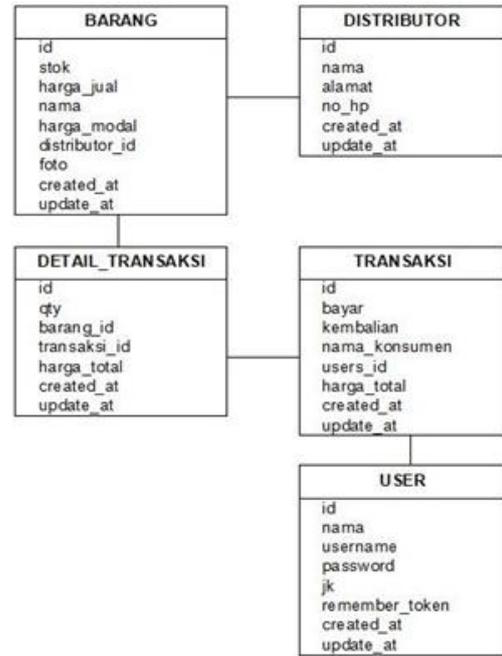
Spesifikasi dokumen keluaran yang digunakan pada sistem :

- Nama Dokumen : *Invoice*
- Fungsi : Sebagai Bukti Tagihan Ke Pelanggan
- Sumber : Bagian Akunting
- Tujuan : Pelanggan
- Media : Kertas
- Jumlah : Satu Rangkap
- Frekuensi : Setiap Menagih Pembayaran ke Pelanggan
- Bentuk Dokumen : Lampiran 2

Gambar 5. Spesifikasi Dokumen Keluaran

3 Faktor utama yang harus disosialisasikan terkait dengan penggunaan sistem dilingkungan perusahaan terlebih lagi mengenai sales yang akan memiliki relevansi dengan laporan keuangan

1. Faktor Pribadi
Setiap staff sales yang akan menjadi bagian dalam penjualan akan diberikan pelatihan dengan melihat dari sisi penggunaan dan pemanfaatan sistem sehingga menghasilkan suatu hasil yang dapat dievaluasi
2. Faktor Sistem/Administrasi
Batasan-batasan yang digambarkan pada sistem juga diberikan pemahaman kepada staff sehingga segala validasi dapat dimanfaatkan dengan baik oleh staff
3. Faktor Politik
Persaingan antara staff secara tidak langsung akan tercatat karena dari target dan realisasi akan tergambarkan secara jelas dalam sistem dan dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan



Gambar 6. Gambar ERD Diagram

Pemenuhan kriteria dari pemrosean sales yang baik akan ditentukan dari hasil pengukuran

TABEL I.

TABEL PEMENUHAN KRITERIA SALES

Faktor yang diukur	Pengukuran	Mean	Cronbach's α
Penentuan Keberhasilan			0.868
Menerima Pesanan dari Pelanggan	0.864	4.42	
Memproses pesanan dan memuat order	0.863	4.41	
Memproduksi atau memperoleh barang pesanan sesuai dengan order	0.858	4.39	
Persiapan packaging dan mencetak dokumen penjualan	0.869	4.43	
Finalisasi data pelanggan	0.879	4.50	
Pengiriman barang dan proses tagihan	0.869	4.44	

Entity Relations Diagram menggambarkan relasi-relasi dari entitas- entitas yang dibuat berdasarkan kebutuhan untuk menghubungkan semua entitas yang memungkinkan terhubung pada setiap aktifitas pengguna.

Pengukuran pengaruh hubungan personal terhadap pemanfaatan sistem dalam meningkatkan hubungan pelanggan

TABEL II.

TABEL PENGUKURAN PEMANFAATAN SISTEM

Faktor yang diukur	Pengukuran	Mean	Cronbach's α
Penentuan Keberhasilan			0.853
Segmentasi Pelanggan	0.840	4.35	
Target Pelanggan Dalam Kondisi yang Diharapkan	0.874	4.39	
Pendekatan Model Penjualan Setiap Pelanggan	0.832	4.34	
Penentuan Cara dan Teknis Penjualan	0.861	4.45	
Pengaturan Penjualan Sales	0.845	4.32	

Spesifikasi File akan ditransformasi dari ERD dengan parameter sebagai berikut :

1. Spesifikasi File Tabel Barang

No	Nama Kolom	Tipe Data	Panjang Data	Keterangan
1	id	Integer	4	Id user (Primary Key, Auto Increment)
2	stok	Integer	4	Stok
3	harga_jual	Integer	10	Harga jual
4	nama	Varchar	15	Nama user
5	harga_modal	Integer	10	Harga modal
6	distributor_id	Integer	4	Id distributor
7	foto			Foto barang
8	created_at	Varchar	10	dibuat
9	update_at	Varchar	10	diperbarui

Gambar 7. Spesifikasi File Barang

2. Spesifikasi File Tabel Transaksi

No	Nama Kolom	Tipe Data	Panjang Data	Keterangan
1	id	Integer	4	Id user (Primary Key, Auto Increment)
2	bayar	Integer	10	Bayar
3	kembalian	Integer	10	Kembalian
4	nama_konsumen	Varchar	20	Nam konsumen
5	users_id	Integer	4	User id
6	harga_total	Integer	10	Harga total
7	created_at	Varchar	10	dibuat
8	update_at	Varchar	10	diperbarui

Gambar 8. Spesifikasi File Transaksi

Untuk melakukan analisa penjualan yang melibatkan sistem yang digunakan dalam keterhubungannya pada laporan keuangan maka akan dilakukan aktivitas :

1. Keputusan Individu

Setiap data yang tersimpan dalam sistem akan dilakukan perancangan evaluasi secara pribadi setiap sales sehingga kesimpulan dari masing-masing kegiatan yang dilakukan dapat disampaikan oleh setiap sales yang selanjutnya baru ditentukan hasil pembahasan

2. Keputusan Kelompok

Memiliki kesamaan dengan keputusan individu, hanya saja pada kasus ini pimpinan divisi akan merangkum seluruh data yang sudah terjadi dan melibatkan sales sehingga kesimpulan berupa rangkuman dapat diperoleh dengan melihat acuan rata-rata

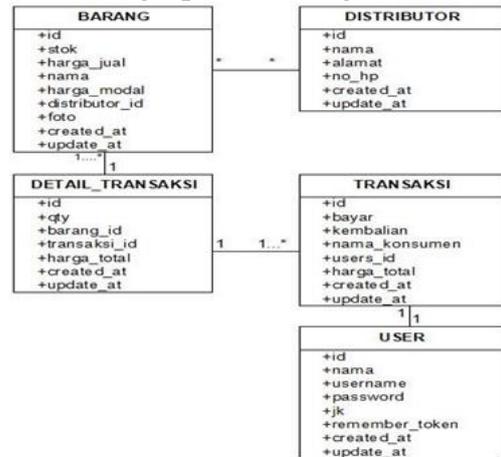
3. Perbandingan

Dari segala keputusan yang sudah dihasilkan selanjutnya akan ditentukan secara bersama dari posisi top hingga perwakilan dari down untuk mengambil langkah cerdas dalam memberikan nilai perbaikan yang akan dilakukan selanjutnya

Penilaian dalam pengawasan yang sudah dilakukan akan dilakukan dengan beberapa proses diantaranya :

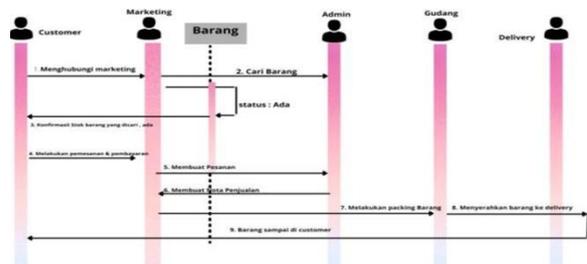
1. Nilai Strategis
Pimpinan akan melihat seberapa besar nilai strategis yang diperoleh dari berkembangnya sistem yang sudah diimplementasi terhadap keuntungan perusahaan
2. Sumber Daya
Sumber daya yaitu team sales yang terlibat dalam penggunaan sistem akan dilihat dari adanya kebiasaan dan seberapa cepat proses dapat dilakukan oleh setiap staff
3. Performa
Peningkatan performa penjualan dilihat dari adanya keuntungan berlebih dari cara manual dan juga sistem sehingga dapat dievaluasi dengan sangat maksimal
4. Potensi Kesempatan
Data yang dikumpulkan dilapangan akan diliat apakah memiliki potensi pengembangan prospek kedepannya

Class Diagram memberikan gambaran mengenai sistem atau perangkat lunak dan relasi-relasi yang ada didalamnya



Gambar 9. Class Diagram Penjualan

Sequence Diagram yang dirancang untuk proses pada sistem penjualan :



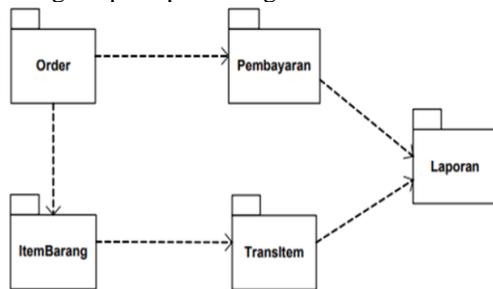
Gambar 10. Sequence Diagram Penjualan

Contoh salah satu perancangan user interface akan membentuk suatu layar



Gambar 11. Tampilan Layar

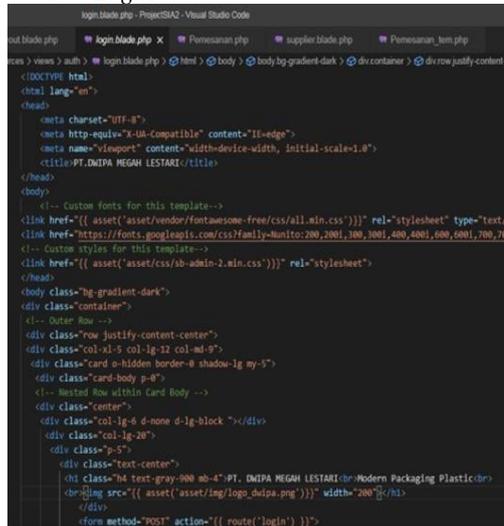
Terkait perancangan deployment diagram untuk sistem penjualan dilakukan dengan mengacu pada perancangan :



Gambar 12. Komponen Diagram Penjualan

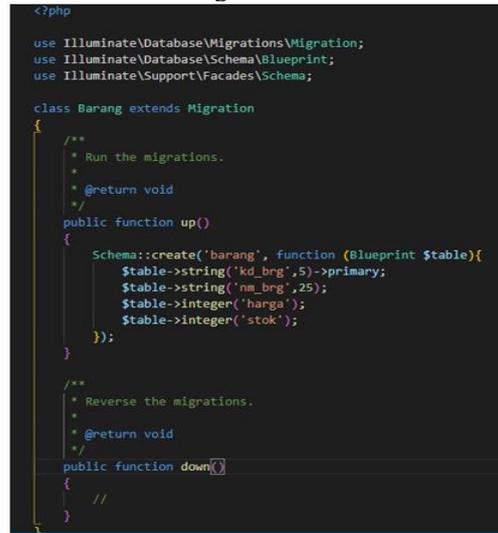
Code Recognition secara gambaran sekilas dibuat dengan konsep :

1. Login



Gambar 13. Contoh Source Code "Login"

2. Data Barang



Gambar 14. Contoh Source Code "Barang"

Pengujian memungkinkan perekayasa perangkat lunak mendapatkan serangkaian kondisi input yang sepenuhnya semua sesuai persyaratan fungsional untuk suatu program.

1. Menu Barang

Data Masuk	Yang Diharapkan	Pengamatan	Kesimpulan
Tambah Data	Saat Input lalu tekan tombol simpan, kemudian data masuk ke database	Sesuai Yang Diharapkan	[X] Diterima [] Ditolak
Edit	Saat tampil halaman edit data dan klik update makan akan mengedit semua data sebelumnya di inputkan	Sesuai yang Diharapkan	[X] Diterima [] Ditolak
Hapus	Akan menghapus data yang akan dihapus	Sesuai Ynag Diharapkan	[X] Diterima [] Ditolak

Gambar 15. Fungsi Menu Barang

2. Menu Transaksi

Data Masuk	Yang Diharapkan	Pengamatan	Kesimpulan
Tambah Data	Saat Input lalu tekan tombol simpan, kemudian data masuk ke database	Sesuai Yang Diharapkan	[X] Diterima [] Ditolak
Edit	Saat tampil halaman edit data dan klik update makan akan mengedit semua data sebelumnya di inputkan	Sesuai yang Diharapkan	[X] Diterima [] Ditolak
Hapus	Akan menghapus data yang akan dihapus	Sesuai Ynag Diharapkan	[X] Diterima [] Ditolak

Gambar 16. Fungsi Menu Transaksi

Spesifikasi Software yang digunakan pada sistem yaitu :

1. Operating Sistem	: Microsoft Windows 10
2. Bahasa Pemrograman	: HTML & Javascript
3. Database	: MySQL phpMyAdmin
4. Web Browser	: Mozilla Firefox
5. Web Server	: XAMPP Server
6. Text Editor	: Visual Studio Code

Gambar 17. Spesifikasi Perangkat Lunak

Spesifikasi Hardware yang digunakan pada sistem yaitu :

1. Micro Processor	: Intel Pentium III / 733 Mhz
2. Memori	: 128 MB
3. Monitor	: 14" color SVGA
4. Floppy Disk	: 1.44 MB
5. Keyboard	: 102 Keys
6. Mouse	: Optical Mouse
7. Hardisk	: 10 GB
8. Printer	: Epson Stylus Colour 460
9. Disk Drive	: CD/DVD

Gambar 18. Spesifikasi Perangkat Keras

IV. KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan terkait analisa penggunaan sistem penjualan adalah

1. PT. Tirta Varia Intipratama sebagai salah satu perusahaan swasta yang bergerak di bidang penjualan. Maka penting untuk cepat dan tanggap dalam memperoleh informasi penjualan demi memantau keadaan penjualan dengan penyajian informasi penjualan yang sesuai dengan kebutuhan pihak eksekutif. Maka dengan adanya *Executive Information System* (EIS) Penjualan ini pihak eksekutif dapat melihat informasi penjualan dengan mudah dimanapun dan kapanpun melalui akses internet
2. Untuk merancang *Executive Information System* (EIS) Penjualan di PT. Tirta Varia Intipratama yang menghasilkan informasi penjualan yang mudah dipahami pihak eksekutif dengan penyajian informasi penjualan melalui grafik dan tabel, dengan hal tersebut maka sangat memudahkan pihak eksekutif dalam memperoleh informasi penjualan

secara lebih ringkas dan tepat sesuai kebutuhan sehingga mempermudah proses analisa dan pengambilan keputusan dibidang penjualan oleh pihak eksekutif

3. Jika EIS ini sudah dapat berjalan dengan maksimal, maka pihak eksekutif dapat menerima / mengambil informasi yang diperlukan secara mudah, cepat, dan tepat. Dengan demikian, pekerjaan akan sangat cepat terselesaikan dengan menggunakan *Executive Information System* (EIS) ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu dalam penelitian ini terutama pihak PT. Tirta Varia Intipratama yang telah memberikan informasi yang sangat membantu dalam penyusunan penelitian sehingga dapat menghasilkan proses dari penelitian yang sudah dilakukan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Terima kasih juga untuk seluruh jajaran yang terlibat ataupun tidak terlibat secara langsung dalam penelitian ini karena segala bentuk dukungan ataupun saran yang diberikan secara tidak langsung telah membuat penelitian ini menjadi lebih bermakna

REFERENSI

- [1]. Calixto, N., & Ferreira, J. (2020). Salespeople performance evaluation with predictive analytics in B2B. *Applied Sciences (Switzerland)*, 10(11), 1–25.
- [2]. Goldmann, K. (2020). Analysis of selected aspects of accounting in polish sports clubs with a public benefit organization status. *Journal of Physical Education and Sport*, 20(6), 3478–3484.
- [3]. Ionaşcu, I., & Ionaşcu, M. (2018). Business models for circular economy and sustainable development: The case of lease transactions. *Amfiteatru Economic*, 20(48), 356–372.
- [4]. Medina-Serrano, R., González-Ramírez, R., Gasco-Gasco, J., & Llopis-Taverner, J. (2020). Strategic sourcing: Developing a progressive framework for make-or-buy decisions. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 13(1), 133–154.
- [5]. Mutiarasari Us, I., Pontoh, G. T., & Rahman, A. (2020). Sales system's requirement analysis using structured system analysis and design method. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 575(1).
- [6]. Nirwana, & Haliah. (2018). Determinant factor of the quality of financial statements and performance of the government by

- adding contextual factors: Personal factor, system/administrative factor. *Asian Journal of Accounting Research*, 3(1), 28–40.
- [7]. Rotchanakitumnuai, S. (2013). Assessment of e-procurement auction with a balanced scorecard. *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, 43(1), 39–53.
- [8]. Wibawanti, Y., Niswati, Z., Wardhani, D. R., Mustika, F. A., Primawati, A., Firdaus, M., & Rangka, I. B. (2018). Designing sales and purchase information system on Cooperative “z” using unified modelling language. *Journal of Physics: Conference Series*, 1114(1), 1–8.
- [9]. Yi, H. T., Cha, Y. B., & Amenuvor, F. E. (2021). Effects of sales-related capabilities of personal selling organizations on individual sales capability, sales behaviors and sales performance in cosmetics personal selling channels. *Sustainability (Switzerland)*, 13(7).