

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Dasar Perancangan

2.1.1 Pengertian Perancangan

Perancangan adalah suatu proses perencanaan atau penggambaran dari beberapa komponen yang terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh untuk menganalisis, menilai, memperbaiki, menyusun suatu sistem untuk waktu yang akan datang dengan memanfaatkan informasi yang ada.

Perancangan adalah suatu kegiatan yang memiliki tujuan untuk mendesign sistem baru yang dapat menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan yang diperoleh pemilihan alternatif sistem yang terbaik (Al-Braha, dalam Solihin dkk, 2017:108).

Perancangan adalah sebuah proses untuk mendefinisikan sesuatu yang akan dikerjakan dengan menggunakan teknik yang bervariasi serta didalamnya melibatkan deskripsi mengenai arsitektur secara detail komponen dan juga keterbatasan yang akan dialami dalam proses pengerjaannya (Soetam, dalam Kurniati dkk, 2019:118).

2.2 Konsep Dasar Aplikasi

2.2.1 Pengertian Aplikasi

Aplikasi adalah suatu program yang siap untuk digunakan yang dibuat untuk melaksanakan suatu fungsi bagi pengguna jasa aplikasi yang dapat digunakan oleh suatu sasaran yang akan dituju (Agustian dkk, 2015:573).

Aplikasi adalah suatu program berbentuk perangkat lunak yang berjalan pada suatu sistem tertentu yang berguna untuk membantu berbagai kegiatan yang dilakukan oleh manusia. (Huda dkk, 2019:82).

2.3 Konsep Dasar Penjualan

2.3.1 Pengertian Penjualan

Penjualan adalah kegiatan jual beli yang dilakukan oleh dua belah pihak (Penjual dan Pembeli) untuk mendatangkan keuntungan dari produk atau jasa yang dijual oleh penjual dan memberikan kepuasan kepada pembeli.

Penjualan adalah sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjualan dipenuhi, melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan (Kotler, dalam Solihin dkk, 2017:108).

Penjualan adalah kegiatan yang dilakukan oleh penjual dalam menjual barang atau jasa dengan harapan memperoleh laba dari adanya transaksi jual-beli dan penjualan dapat diartikan sebagai pengalihan atau pemindahan hak kepemilikan atas barang atau jasa dari pihak penjual ke pembeli (Mulyadi, dalam Fauzi dkk, 2015:43).

2.3.2 Tujuan Penjualan

Dalam suatu perusahaan kegiatan penjualan merupakan salah satu kegiatan yang penting, karena dengan adanya kegiatan penjualan perusahaan akan mendapatkan laba atau keuntungan, sebisa mungkin perusahaan mendapatkan keuntungan yang maksimal dengan modal yang sekecil-kecilnya. Tujuan umum dari penjualan menurut (Basu Swastha, dalam Logayah, 2016:15) adalah sebagai berikut:

1. Mencapai volume penjualan tertentu
2. Mendapatkan laba tertentu
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan

2.3.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan

Kegiatan penjualan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor dalam meningkatkan aktivitas perusahaan oleh karena itu manajemen harus memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kegiatan penjualan tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan adalah sebagai berikut (Basu Swastha, dalam Logayah, 2016:15-16):

1. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Kegiatan penjualan atau transaksi jual-beli pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Peran penjual pada kegiatan penjualan ini harus dapat meyakinkan pembeli terhadap produknya agar berhasil dalam mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Maka dari itu penjual harus memahami beberapa hal penting dalam kegiatan penjualan, yaitu:

- a. Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan
- b. Harga produk
- c. Syarat penjualan, seperti pembayaran, pengantaran, pelayanan purna jual, garansi dan sebagainya.

Beberapa hal tersebut biasanya menjadi hal pertama yang diperhatikan oleh pembeli sebelum melakukan pembelian. Selain itu pimpinan harus memperhatikan jumlah serta sifat-sifat dari tenaga penjual karena dengan tenaga penjual yang baik dapat menghindari timbulnya rasa kecewa dari para pembeli dalam melakukan transaksi pembelian.

2. Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Berikut beberapa faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan sebagai berikut:

- a. Jenis pasar, apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemerintah atau pasar internasional.
- b. Kelompok pembeli atau segmen pasar
- c. Daya beli
- d. Frekuensi pembelinya
- e. Keinginan dan kebutuhan

3. Modal

Modal bagi suatu usaha, perusahaan atau instansi sangat dibutuhkan, sebagai penunjang kegiatan operasional atau untuk mengembangkan usaha yang ada.

4. Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan besar, umumnya masalah mengenai penjualan ditangani oleh bagian penjualannya tersendiri yang di pegang oleh orang-orang yang ahli di bidangnya.

5. Faktor-faktor Lain

Faktor-faktor lain seperti periklanan, pemberian hadiah atau diskon, peragaan juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi penjualan, karena faktor-faktor ini menjadi daya tarik yang pertama kali dilihat oleh calon pembeli sebelum membeli.

2.4 Konsep Dasar Website

2.4.1 Pengertian Website

Website dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi berupa teks, gambar, animasi, suara atau gabungan dari semuanya sehingga informasi tersebut dapat disajikan untuk penerimanya.

Website atau *Web* adalah sekumpulan halaman yang terdiri dari beberapa laman yang berisi informasi dalam bentuk data digital baik berupa text, gambar, video, audio, dan animasi lainnya yang disediakan melalui jalur koneksi internet (Abdulloh, dalam Josi, 2017:51).

Website merupakan suatu kumpulan hyperlink yang menuju dari alamat satu ke alamat lainnya dengan bahasa HTML (*HyperText Markup Language*) (Rahmat, dalam Prasetyo, 2015:21).

2.4.2 Fungsi Website

Website mempunyai beberapa fungsi tergantung tujuan dari pembuatan *website* itu sendiri, secara umum fungsi *website* adalah sebagai berikut (Ali, dalam harminingtyas, 2014:46):

1. Sebagai Media Promosi

Website sebagai media promosi dapat dibedakan menjadi media promosi utama yaitu berfungsi sebagai *search engine* atau toko *online* atau menjadi penunjang promosi utama yang dapat berisi informasi lengkap daripada media promosi *offline* seperti koran atau majalah.

2. Sebagai Media Penjualan

Pada toko *online website* merupakan media penjualan yang cukup baik dibandingkan dengan toko sebagaimana di dunia nyata, dalam membangun toko *online* hanya diperlukan modal yang relatif lebih kecil, dan dapat beroperasi 24 jam walaupun pemilik *website* tersebut sedang istirahat atau sedang tidak ditempat serta dapat diakses dimana saja tanpa terikat ruang dan waktu.

3. Sebagai Media Informasi

Website menyediakan informasi yang bersifat global karena dapat diakses dari mana saja dan kapan saja selama dapat terhubung ke internet, sehingga dapat menjangkau lebih luas daripada media informasi konvensional seperti koran, majalah.

4. Sebagai Media Pendidikan

Website yang berisi informasi atau artikel yang sarat dengan informasi ilmiah atau penunjang pendidikan.

5. Sebagai Media Komunikasi

Website yang dibangun khusus untuk berkomunikasi seperti forum yang dapat memberikan fasilitas bagi para anggotanya untuk saling berbagi informasi atau membantu pemecahan masalah tertentu.

2.4.3 Unsur-unsur dalam Penyediaan *Website*

Dalam menyediakan sebuah *website*, diperlukan unsur-unsur penunjangnya sebagai berikut (Ali, dalam harminingtyas, 2014:43):

1. Nama domain (*Domain name/URL-Uniform Resource Locator*)

Nama domain atau yang biasa disebut dengan *Domain name* atau URL adalah alamat unik di dunia internet yang digunakan untuk mengidentifikasi sebuah *website*, atau dengan kata lain *domain name* adalah alamat yang digunakan untuk menemukan sebuah *website* pada dunia internet. Nama domain sendiri mempunyai identifikasi ekstensi/akhiran sesuai dengan kepentingan dan lokasi keberadaan *website* tersebut. Contoh nama domain ber-ekstensi internasional adalah com, net, org, info, biz, name, ws. Contoh nama domain ber-ekstensi lokasi negara Indonesia adalah:

- .co.id : Untuk badan usaha yang mempunyai badan hukum sah
- .ac.id : Untuk lembaga pendidikan
- .go.id : Khusus untuk lembaga pemerintahan Republik Indonesia
- .mil.id : Khusus untuk lembaga militer Republik Indonesia
- .or.id : Untuk segala macam organisasi yang tidak termasuk dalam kategori “co.id”, “ac.id”, “go.id”, “mil.id” dan lain-lain.
- .war.net.id : untuk industri warung internet di Indonesia
- .sch.id : Khusus untuk lembaga pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan seperti SD, SMP dan atau SMA/SMU
- .web.id : ditujukan bagi badan usaha, organisasi ataupun perseorangan yang melakukan kegiatannya di *World Wide Web*.

2. Rumah tempat *website* (*web hosting*)

Web hosting dapat diartikan sebagai ruangan yang terdapat dalam harddisk tempat menyimpan berbagai data, file-file, gambar, video, data email dan lain sebagainya yang akan ditampilkan di *website*.

3. Bahasa program

Merupakan bahasa yang digunakan untuk menerjemahkan setiap perintah dalam *website* pada saat diakses.

4. Desain *website*

Desain *website* menentukan kualitas dan keindahan sebuah *website*. Desain *website* sangat berpengaruh kepada penilaian pengunjung akan bagus tidaknya sebuah *website*. Program-program untuk membuat desain *website* diantaranya adalah Macromedia Firework, Adobe Photoshop, Adobe Dreamweaver, Microsoft Frontpage, dll.

5. Program transfer data ke pusat data

Website yang telah di rancang dan di desain file tersebut bisa dibuka menggunakan program penjelajah (*browser*) sehingga terlihatlah sebuah *website* utuh di dalam komputer sendiri (*offline*) agar *website* tersebut dapat diakses oleh seluruh dunia maka file-file tersebut harus diletakkan di *web hosting*.

6. Publikasi *website*

Untuk mengenalkan situs kepada masyarakat memerlukan publikasi atau promosi. Situs publikasi di masyarakat dapat dilakukan dengan berbagai cara diantaranya yaitu melalui *search engine* atau mesin pencari seperti yahoo, google, MSN, search Indonesia, dan lain-lain.

7. Pemeliharaan *website*

Untuk mendukung kelanjutan dari *website* tersebut diperlukan pemeliharaan sesuai kebutuhan seperti penambahan informasi, berita, artikel, link, gambar atau lain sebagainya. Pemeliharaan situs dapat dilakukan per periode tertentu bisa tiap hari, tiap minggu atau tiap satu bulan sekali secara rutin atau secara periodik tergantung dengan kebutuhan (tidak rutin). Pemeliharaan rutin biasanya dipakai oleh situs-situs berita, penyedia artikel, organisasi atau lembaga pemerintah. Sedangkan pemeliharaan periodik biasanya untuk situs-situs pribadi, penjualan/*e-commers*, dan lain sebagainya.

2.4.4 Perancangan Aplikasi Penjualan Berbasis Website

2.4.4.1 Komponen-komponen Sistem Informasi

Komponen-komponen sistem informasi yang akan dirancang pada aplikasi penjualan berbasis *website* sebagai media penjualan ini adalah sebagai berikut (Maryati,2019:32):

a. Beranda

Merupakan halaman yang berisi gambaran produk-produk yang terdapat pada toko kamalinda jaya secara garis besar dan laman ini dapat difungsikan juga sebagai halaman-halaman yang menyajikan informasi ringan.

b. Profil

Halaman ini berisi tentang profil singkat toko kamalinda jaya.

c. Produk

Halaman ini memuat informasi tentang produk-produk yang dijual beserta harga pada toko kamalinda jaya.

d. Pesanan

Berisi informasi tentang produk yang dipesan.

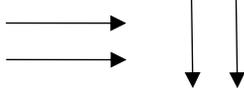
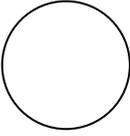
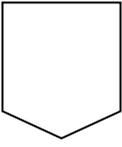
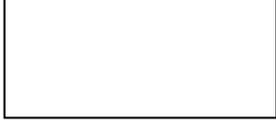
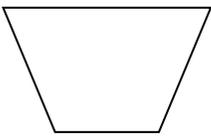
e. Testimoni Pelanggan

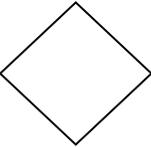
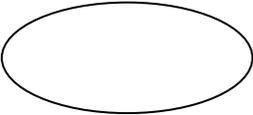
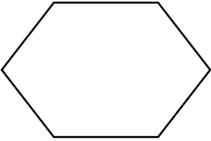
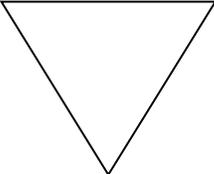
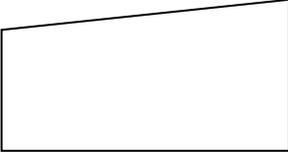
Berisi tentang testimoni atau penilaian dari pelanggan terhadap produk yang dijual

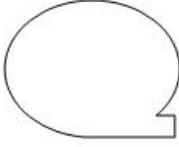
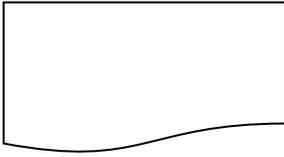
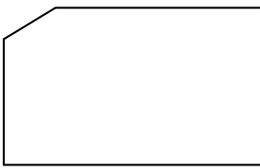
f. *Contact us*

2.4.4.2 Simbol-simbol Flow Chart

Tabel 2.1
Simbol-simbol Flowchart

NO	SIMBOL	KETERANGAN
1		Simbol arus/ <i>flow</i> , berfungsi untuk menyatakan jalannya arus suatu proses
2		Simbol <i>connector</i> , berfungsi untuk menyatakan sambungan dari proses ke proses lainnya dalam halaman yang sama
3		Simbol <i>offline connector</i> , berfungsi untuk menyatakan sambungan dari proses ke proses lainnya dalam halaman yang berbeda
4		Simbol <i>process</i> , berfungsi untuk menyatakan suatu tindakan (proses) yang dilakukan oleh komputer
5		Simbol <i>manual</i> , berfungsi untuk menyatakan suatu tindakan (proses) yang tidak dilakukan oleh komputer

6		<p>Simbol <i>decision</i>, berfungsi untuk menunjukkan suatu kondisi tertentu yang akan menghasilkan dua kemungkinan jawaban : ya/tidak</p>
7		<p>Simbol <i>teminal</i>, berfungsi untuk menyatakan permulaan atau akhir suatu program</p>
8		<p>Simbol <i>predefined process</i>, berfungsi untuk menyatakan penyediaan tempat penyimpanan suatu pengolahan untuk memberi harga awal</p>
9		<p>Simbol <i>keying operation</i>, berfungsi untuk menyatakan segala jenis operasi yang diproses dengan menggunakan suatu mesin yang mempunyai <i>keyboard</i></p>
10		<p>Simbol <i>offline-storage</i>, menunjukkan bahwa data dalam <i>symbol</i> ini akan disimpan ke dalam suatu media tertentu</p>
11		<p>Simbol <i>manual input</i>, menyatakan data secara manual dengan menggunakan <i>online keyboard</i></p>
12		<p>Simbol <i>input / output</i>, menyatakan proses <i>input</i> atau <i>output</i> tanpa tergantung jenis peralatannya</p>

13		Simbol <i>magnetic tape</i> , menyatakan <i>input</i> berasal dari pita magnetis atau <i>output</i> tersimpan ke dalam pita magnetis
14		Simbol <i>disk storage</i> , menyatakan <i>input</i> berasal dari <i>disk</i> atau <i>output</i> tersimpan kedalam disk
15		Simbol <i>document</i> , mencetak keluaran dalam bentuk dokumen (memulai <i>printer</i>)
16		Simbol <i>punched card</i> , menyatakan <i>input</i> berasal dari kartu atau <i>output</i> ditulis ke kartu

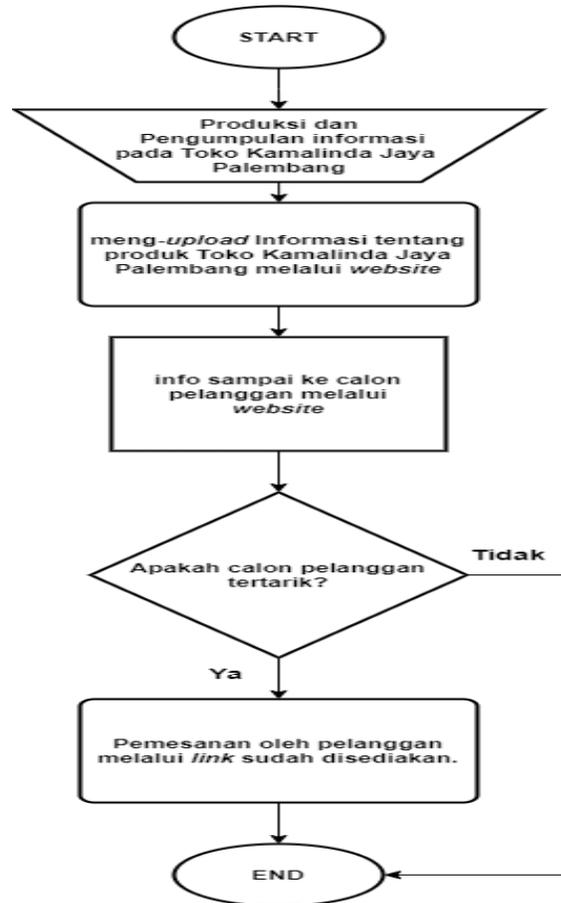
Sumber : Infomatikalogi, 2021

2.4.4.3 Rancang Alur Aplikasi

Rancangan Alur Aplikasi Penjualan Bebas Website

Sistem informasi produk diawali dengan memproduksi barang yang dalam hal ini berupa mebel atau furnitur oleh Toko Kamalinda Jaya Palembang, Produk yang telah dihasilkan tersebut selanjutnya di dokumentasikan, lalu hasil dokumentasi akan menjadi sumber informasi yang ditampilkan dalam *website* sebagai media penjualan. Informasi yang akan disajikan melalui jaringan lewat media *website* tersebut akan memperlihatkan gambar-gambar, harga serta informasi produk lainnya.

Rancangan alur sistem informasi produk dan penjualan pada Toko Kamalinda Jaya Palembang dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1
Alur Sistem Informasi Produk

Calon pelanggan yang tidak tertarik terhadap produk yang dijual oleh Toko Kamalinda Jaya Palembang maka tidak ada tindakan lanjutan dari penjual maupun calon pelanggan atau dapat dikatakan bahwa calon pelanggan yang tidak tertarik akan keluar dari *website* tersebut. Bagi calon pelanggan yang tertarik akan mencari informasi lebih tentang produk dan kemudian melakukan pemesanan sesuai dengan kebutuhan calon pelanggan. Alur penjualan produk dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.2
Alur penjualan produk

Melalui *website* Toko Kamalinda Jaya Palembang dapat memberikan berbagai informasi tentang produk kepada calon pelanggan. Calon pelanggan sebagai penerima informasi dapat tertarik atau pun tidak tertarik pada produk yang dijual, bagi calon pelanggan yang tertarik akan memesan produk melalui *website* tersebut, setelah pemesanan selanjutnya antara pemilik usaha dan calon pelanggan melakukan kesepakatan mengenai beberapa syarat serta ketentuan dan persetujuan yang ada. Setelah kedua pihak menyetujui pelaksanaan pembelian maka akan terjadi transaksi serta pengiriman dan penerimaan barang dilaksanakan sebagai hasil akhir dari penjualan.