

Pengembangan Sistem Informasi Penjualan dan Pemasaran (Studi Kasus di PT SAI Indonesia Cabang Tangerang)

Dedi¹, Rosana Junita Sirait², Agus Budiman³

^{1,2}Dosen STMIK Bina Sarana Global, ³Mahasiswa STMIK Bina Sarana Global

Email: ¹dedi@stmikglobal.ac.id, ²rosana@stmikglobal.ac.id, ³ab12.budiman@gmail.com

Abstrak—PT SAI Indonesia cabang Tangerang, tidak sedikit *salesman* yang mengeluhkan proses pemesanan produk yang masih dilakukan secara manual dan banyak pula konsumen yang mengalami kesulitan untuk memesan produk dan mengetahui detail produk yang ditawarkan oleh *salesman*, dimana untuk mendapatkan sebuah brosur dan daftar harga yang diinginkan konsumen harus menelpon dan menunggu kunjungan *salesman* ke outlet atau toko yang terjadwal 1 kali dalam seminggu. Cara seperti ini tentunya sangat tidak efektif dan efisien bagi *salesman* dan khususnya untuk konsumen sendiri. Sehingga perlu dibuatkan sebuah sistem aplikasi untuk menyelesaikan masalah tersebut untuk menyelesaikan masalah tersebut yaitu dengan membuat sebuah aplikasi berbasis *web*. Perancangan aplikasi menggunakan MySQL sebagai *database* dan PHP sebagai programingnya. Sehingga dengan aplikasi tersebut dapat mempermudah *salesman* untuk menjual produk dan *customer* dalam membeli produk.

Kata kunci—PT SAI Indonesia, *Salesman*, *Customer*, *Produk*.

I. PENDAHULUAN

Penggunaan sistem informasi sudah memasuki seluruh sektor bisnis, hal ini ditandai dengan penggunaan sistem informasi pada dunia bisnis dalam sektor usaha kecil, menengah maupun besar. Sistem informasi sendiri sudah menjadi kebutuhan pokok dalam dunia bisnis itu sendiri yang memiliki visi dalam meningkatkan kinerja perusahaan.

Dalam era globalisasi dengan tingkat perkembangan yang semakin maju dan modern, memang menjadi salah satu faktor yang ikut mendukung bagi pertumbuhan dan perkembangan suatu perusahaan. Untuk menghasilkan kualitas informasi yang lebih baik dan akurat, maka perusahaan membutuhkan suatu sistem yang terkomputerisasi yang dapat membantu kinerja perusahaan dan juga mengefisiensikan sumber daya yang ada.

Seperti halnya yang terjadi pada PT SAI Indonesia cabang Tangerang, tidak sedikit *salesman* yang mengeluhkan proses pemesanan produk yang masih dilakukan secara manual dan banyak pula konsumen yang mengalami kesulitan untuk memesan produk dan mengetahui detail produk yang di tawarkan oleh *salesman*, dimana untuk mendapatkan sebuah brosur dan daftar harga yang diinginkan, konsumen harus menelpon dan menunggu kunjungan *salesman* ke *outlet* atau toko yang terjadwal 1 kali dalam seminggu. Cara seperti ini tentunya sangat tidak efektif dan efisien bagi konsumen sendiri, selain itu informasi yang diperoleh dengan telepon sangatlah terbatas. Oleh sebab itu, penulis mengusulkan kepada PT SAI Indonesia cabang Tangerang untuk memiliki sistem yang dapat mendukung pemasaran dan penjualan produk yang berguna untuk meningkatkan penjualan. Dengan adanya

sistem ini konsumen akan dapat mengakses informasi dan memesan produk yang dibutuhkan kapan saja dan dimana saja dan meningkatkan kinerja *salesman* menjadi lebih efektif. Dengan demikian PT SAI Indonesia cabang Tangerang dapat memperluas jangkauan pemasaran dan penjualannya.

Dengan pentingnya peranan sales bagi perusahaan, maka kinerja sales harus diperhatikan seperti efisiensi akan kehadiran sales, informasi data hasil penjualan sales di lapangan serta pengolahan data hasil penjualan sales. Dimana sales harus datang ke kantor hanya untuk melakukan absen, serta sales sering pulang terlalu sore atau berada di luar kota sehingga proses input data hasil penjualan sales oleh admin akan terlambat, dan pekerjaan admin sales juga tidak efektif karena admin harus menginput ulang data orderan.

II. LANDASAN TEORI

A. Pengertian Sistem

Menurut Sutabri (2012:3) menyatakan bahwa “Secara sederhana sistem sebagai suatu kumpulan atau himpunan dari unsur, komponen, atau variabel yang terorganisasi, saling berinteraksi, saling tergantung satu sama lain dan terpadu.”

B. Pengertian Penjualan

Pengertian penjualan menurut Chairul Marom (2011:28), “Penjualan artinya penjualan barang dagangan sebagai usaha pokok perusahaan yang biasanya dilakukan secara teratur.”

C. Pengertian Pemasaran (Marketing)

Menurut Kotler (2011:3), “Pemasaran (*marketing*) merupakan hal yang sangat mendasar sehingga tidak dapat dilakukan sebagai fungsi yang terpisah, pemasaran sebenarnya lebih dari sekedar mendistribusikan barang dari produsen ke konsumen tetap proses pemasaran telah terjadi dan dimulai jauh sebelum barang-barang diproduksi.”

D. Penerapan Strategi Pemasaran

Menerapkan strategi pemasaran diawali dengan menganalisa secara keseluruhan dari situasi perusahaan. Marketing harus melakukan analisis SWOT (*SWOT Analysis*), dimana ia menilai kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threat*) perusahaan secara keseluruhan, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kekuatan (*Strengths*), meliputi kemampuan internal, sumber daya dan faktor situasional positif yang dapat

membantu perusahaan melayani pelanggannya dan mencapai tujuannya.

2. Kelemahan (*Weakness*), meliputi keterbatasan internal dan faktor situasional negatif yang dapat menghalangi performa perusahaan.
3. Peluang (*Opportunities*), adalah faktor atau trend yang menguntungkan pada lingkungan eksternal yang dapat digunakan perusahaan untuk memperoleh keuntungan.
4. Ancaman (*Threats*), adalah faktor pada lingkungan eksternal yang tidak menguntungkan yang menghadirkan tantangan bagi performa perusahaan.

E. Pengertian Internet

Menurut Chaffey (2011:109) “Internet adalah sistem di seluruh dunia saling berhubungan jaringan komputer yang dapat diakses oleh publik, sedangkan TCP/IP adalah protocol yang digunakan agar komunikasi dapat berjalan dengan lancar sehingga komputer dapat berkomunikasi walaupun dengan sistem yang berbeda.”

F. Fasilitas Dan Aplikasi Internet

1. HTML (*Hyper Text Markup Language*)

Menurut Chaffey (2011:124) *Hypertext Markup Language* (HTML) adalah bahasa standar untuk membuat halaman *web* dan *situs*. Namun sebagai bahasa markup sederhana, HTML terbatas dalam fungsinya. Sebagai *web* yang telah berkembang, bahasa baru telah dikembangkan untuk menyediakan lebih banyak fitur dan fungsionalitas yang lebih besar ke *situs web*.

2. WWW (*World Wide Web*)

Menurut Chaffey (2011:124) Setiap memulai berkaca di dunia maya atau lebih dikenal dengan *browsing*, langkah pertama yang dilakukan ialah dengan mengetik ‘www’ di awal pencarian *situs* yang ingin dikunjungi. Kata ‘www’ diketik pada bar yang disediakan di *browser* yang diinginkan. *World Wide Web*, juga dikenal sebagai *web* atau *www* singkatan, adalah ruang berbagi informasi di internet yang akan diakses melalui *browser web*. *Web* tidak sama dengan *Internet*, yang merupakan ruang di mana orang dapat membaca dan menulis informasi dan berbagi informasi dengan orang lain. *World wide web* atau yang tercantum di banyak situs-situs yang sering di kunjungi merupakan tempat yang merangkum sebuah *domain* atau *subdomain* di *internet*. *World wide web* (WWW) lebih dikenal dengan sebutan *web* ataupun *website* di mana *website* adalah suatu kumpulan dari halaman-halaman *situs*, didalam halaman *web* terdapat dokumen yang lebih sering ditulis dalam format HTML atau *Hyper Text Markup Language* di mana format tersebut hampir selalu bisa diakses melalui HTTP yang merupakan protokol dan berfungsi untuk menyampaikan informasi dari *server website* untuk di tampilkan kepada para pemakai melalui *web browser*.

3. Domain

Mengacu kepada pendapat Chaffey (2011:139) dapat didefinisikan bahwa domain adalah suatu lokasi di internet, yaitu pada suatu *server web* tertentu. Nama domain memberitahu lokasi dan jenis alamat. Komponen nama *domain* dipisahkan dengan tanda titik atau yang disebut dengan “dot”.

4. Web Browser

Menurut McLed (2010:65), *web browser* adalah suatu perangkat lunak yang di desain untuk mencari

dan membaca *file* di *internet* dalam format HTML atau *Hyper Text Markup Language*.

5. HTTP (*HyperText Transfer Protocol*)

Menurut Chaffey (2011:138) mengatakan bahwa *server* HTTP umumnya digunakan untuk melayani dokumen *hypertext*, karena HTTP adalah protokol dengan *overhead* yang sangat rendah sehingga pada kenyataannya, navigasi informasi dapat ditambahkan langsung ke dalam dokumen dan dengan demikian protokolnya sendiri tidak harus mendukung navigasi secara penuh.

6. URL (*Uniform Resource Locator*)

Menurut Chaffey (2011:139) *Uniform Resource Locator* (URL) adalah konsep nama *file* standar yang diperluas dengan jaringannya. Nama *file* ini tidak hanya menunjukkan direktori dan nama *file* nya, tetapi menunjukkan nama mesinnya dalam jaringan. URL dapat menunjukkan *query-query*, dokumen yang disimpan dalam database ataupun yang berkaitan dengan data hasil proses.

7. PHP (*Hypertext Preprocessor*)

Menurut Anhar (2010:49), PHP yang merupakan singkatan dari *Hypertext Preprocessor* adalah bahasa pemrograman *web server-side* yang bersifat *open source*. PHP merupakan *script* yang terintegrasi dengan HTML dan berada pada *server (server side HTML embedded scripting)*. PHP adalah *script* yang digunakan untuk membuat halaman *website* yang dinamis. Dinamis berarti halaman yang ditampilkan dibuat saat halaman itu diminta oleh *client*. Mekanisme ini menyebabkan informasi yang diterima pengguna (*client*) selalu yang terbaru. Adapun alasan bagi kita untuk mempelajari PHP, seperti:

- a. Kesederhanaan.
- b. Dalam sisi pemahaman.
- c. PHP adalah bahasa *open source* yang dapat digunakan di berbagai sistem operasi
- d. *Web server* yang mendukung PHP dapat ditemukan dimana-mana.

8. MySQL

Mengacu kepada pendapat Anhar (2010:50) mengatakan bahwa MySQL dapat didefinisikan sebagai sebuah perangkat lunak sistem manajemen basis data atau DBMS SQL dari sekian banyak DBMS seperti: *Oracle*, *MS SQL*, *PostgreSQL*, dan lain-lain. MySQL merupakan DBMS yang *multithread*, multi-user yang bersifat gratis dibawah lisensi GNU *General Public Licence* (GPL).

III. ANALISA SISTEM YANG BERJALAN

A. Gambaran Umum Objek Yang Diteliti

PT SAI Indonesia adalah perusahaan distribusi kosmetik yang tergabung dalam Martha Tilaar Group yang memiliki beberapa cabang perwakilan yang tersebar di sebagian Indonesia dengan cakupan nasional dan masih akan terus berkembang. PT SAI Indonesia sendiri telah mendapatkan sertifikat ISO 9001:2008.

B. Sejarah Perusahaan

PT Sari Ayu Indonesia didirikan pada tahun 1982, yang bermula dari perusahaan distribusi berskala kecil untuk mendistribusikan produk kosmetik merk Sari Ayu yang

berkantor pusat di Jakarta. Lalu dalam kurun waktu antara tahun 1995-2007 PT Sari Ayu Indonesia dalam industri distribusi mulai mengembangkan cabang-cabang dan *sales point* secara nasional untuk menambah portfolio perusahaan, dimana PT Sari Ayu dalam kurun waktu ini sudah memiliki 12 kantor cabang, 5 depo dan 15 sub-distributor yang tersebar di sebagian Indonesia.

Lalu pada tahun 2007 hingga saat ini, merubah nama dan mengganti logo perusahaan, menjadi PT. SAI Indonesia, sejalan dengan konsep PT. SAI Indonesia yang baru menjadi perusahaan distribusi skala nasional, memiliki semangat yang baru (NEW LOOK SAI) dengan tag line “Let us distribute yours! Logistic and Distribution Service. Dan saat ini PT. SAI Indonesia telah memiliki 16 cabang, 7 depo, 21 sud-distributor dan 5 sales point yang tersebar di seluruh Indonesia.

C. Profil Perusahaan

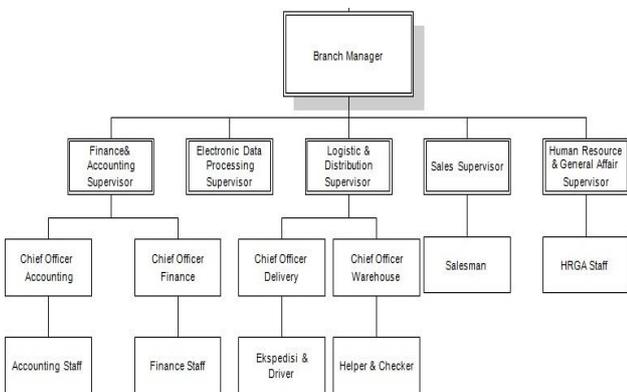
Nama Perusahaan : PT. SAI Indonesia
 Alamat Perusahaan : Jl. Rawa Bali II No. 5 Kawasan Industri Pulo Gadung, Jakarta 13920
 No. Telp : 021-4600044, 4600045
 Website : www.sai-indonesia.co.id
 Email : recruitment@sai-indonesia.co.id
 Kepemilikan modal : Swasata nasional
 Bidang usaha : Distributor kosmetik Sari Ayu (Martha Tilaar Group)
 Lokasi kantor cabang yang dianalisa PT SAI Indonesia cabang Tangerang, Jl. Pengasinan Raya KM. 4 Priuk Jaya, Tangerang
 Telp: 021-55766424 Fax: 02155766425

D. Struktur Organisasi

PT. SAI Indonesia cabang Tangerang secara struktural dipimpin langsung oleh kepala cabang (*branch manager*), di PT. SAI Indonesia cabang Tangerang memiliki 5 divisi utama yaitu:

- Divisi keuangan dan akuntansi.
- Divisi data dan elektronik.
- Divisi logistik dan distribusi.
- Divisi penjualan.
- Divisi sumber daya manusia dan masalah umum.

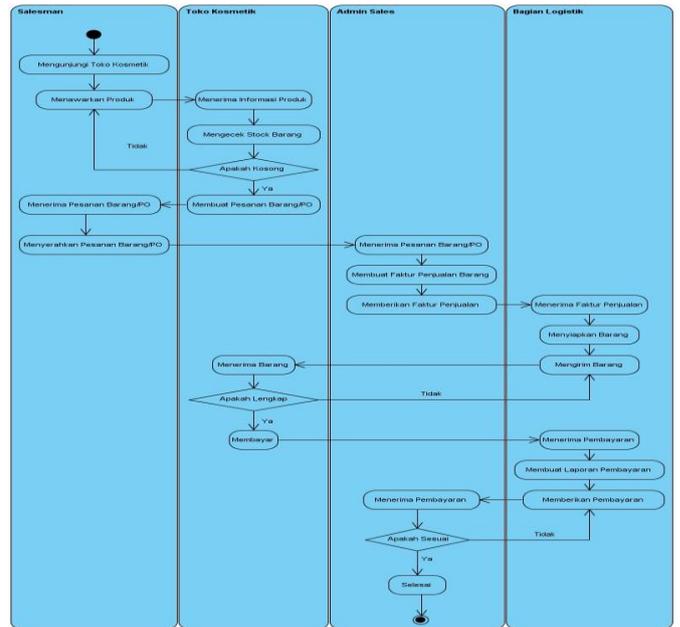
Masing-masing divisi utama tersebut dipimpin oleh seorang Supervisor, yang membawahi bagian-bagian tertentu yang disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan.



Sumber: Data Sekunder PT SAI Indonesia (2010)

Gambar 1. Struktur Organisasi PT. SAI Indonesia Cabang Tangerang

B. Tata laksana Sistem Yang Berjalan



Gambar 2. Activity Diagram Sistem Berjalan

Tabel 1. Skenario Activity Diagram Salesman

Aktor	Skenario
Salesman	Salesman akan melakukan kunjungan ke toko kosmetik untuk meminta atau mengambil surat PO (<i>Purchase Order</i>). Setelah salesman mendapatkan order, salesman mencatat order tersebut kemudian diberikan kepada admin sales untuk <i>dinput</i> .

Tabel 2. Skenario Activity Diagram Toko Kosmetik

Aktor	Skenario
Toko Kosmetik	Setelah menerima informasi mengenai produk, pihak toko kosmetik akan mengecek ketersediaan barang di toko apakah ada barang yang kosong, jika ada maka pihak toko akan membuat Surat PO (<i>Purchase Order</i>), jika <i>stock</i> barang masih cukup maka toko tidak memberikan order.

Tabel 3. Skenario Activity Diagram Admin Sales

Aktor	Skenario
Admin Sales	Setelah admin sales menerima surat order dari salesman, admin sales akan menginput surat order tersebut ke dalam <i>form order</i> . Setelah menjadi faktur, maka faktur tersebut diberikan ke bagian logistik untuk disiapkan barang yang sudah diorder oleh pihak toko.

Tabel 4. Skenario Activity Diagram Bagian Logistik

Aktor	Skenario
Bagian Logistik	Setelah menerima faktur dari admin sales, bagian logistik akan menyiapkan barang pesanan toko. Setelah disiapkan, barang dikirim ke pihak toko yang mengorder sekaligus mengambil uang sesuai harga pesanan.

C. Masalah yang Dihadapi

Adapun masalah yang dihadapi pada sistem berjalan saat ini antara lain adalah:

1. Masalah yang dihadapi oleh *salesman* adalah proses pengambilan pesanan barang atau PO dari toko dan harus kembali ke kantor untuk diberikan ke admin *sales*.
2. Masalah yang dihadapi oleh pihak toko kosmetik adalah lamanya proses pemesanan barang kepada PT SAI cabang Tangerang adalah karena harus menunggu kunjungan *salesman* yang terjadwal 1 kali dalam seminggu dan keterbatasannya informasi yang didapatkan oleh pihak toko kosmetik mengenai info promo setiap bulan nya karena harus menunggu info dari *salesman*.

D. Alternatif Pemecahan Masalah

Alternatif pemecahan masalahnya adalah untuk salesman dalam penginputan pemesanan barang, untuk konsumen dalam pemesanan dan informasi mengenai produk yang dipesan dan untuk admin dalam pembuatan surat faktur penjualan:

1. Membuat proses pemesanan barang yang terkomputerisasi. Sehingga tidak menggunakan pemesanan barang secara manual.
2. Meminimalisasi kesalahan-kesalahan dalam proses pemesanan barang.
3. Terintegrasi antara pemesanan barang dan pembuatan surat faktur penjualan terhadap admin *sales*.

IV. RANCANGAN SISTEM YANG DIUSULKAN

A. Usulan Prosedur Yang Baru

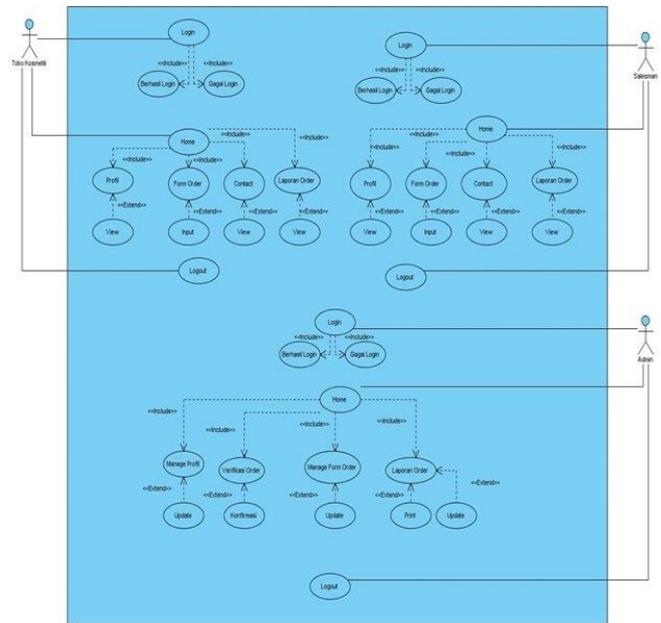
Berdasarkan dari analisis pada sistem yang berjalan saat ini penulis merancang sebuah sistem baru yang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan pada sistem yang lama, untuk mengurangi permasalahan yang sering terjadi. Tahap ini merupakan tahap paling penting dalam pembuatan sistem aplikasi karena bila terjadi kesalahan dalam menganalisis dan mengidentifikasi masalah dari sistem yang lama, maka usulan untuk memperbaiki sistem akan menjadi tidak efektif. Adapun perancangan sistem yang coba diusulkan ini dibangun bersifat pemrograman berbasis objek atau dikenal juga dengan singkatan OOAD (Object Oriented Analysis and Design) yang kemudian dijelaskan dengan menggunakan notasi UML (Unified Modeling Language). Sedangkan untuk pembuatan perangkat lunak dibangun dengan menggunakan bahasa pemrograman OOP (Object Oriented Programming) dan sebagai penyimpanan data menggunakan database MySQL.

B. Diagram Rancang Sistem

Proses perancangan ini adalah untuk perancangan sistem

yang akan dibentuk yang dapat berupa penggambaran proses-proses suatu elemen-elemen dari suatu komponen.

Use Case Diagram menggambarkan Fungsionalitas yang diharapkan dari sebuah system, yang ditekankan adalah “apa” yang diperbuat sistem, bukan “bagaimana” sebuah sistem bekerja. Sebuah *Use Case* mempresentasikan sebuah interaksi antara actor dan sistem.



Gambar 3. Use Case yang Diusulkan

Pada gambar 3, ada beberapa aktor yang terlibat dalam sistem. Diantaranya adalah Admin Sales, Salesman dan Toko Kosmetik.

Tabel 4. Deskripsi Aktor dalam Use Case

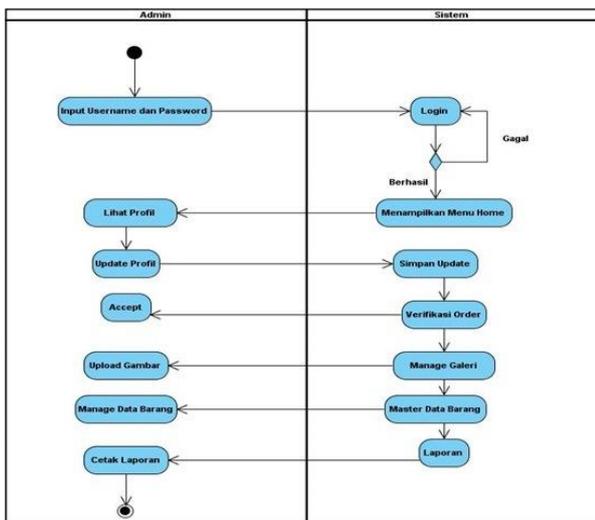
No.	Aktor	Deskripsi
1.	Admin Sales	Aktor yang mempunyai hak akses untuk melakukan proses menambah sales, menambah nama toko kosmetik, menambah atau mengedit kategori dan jenis barang dan melakukan autentifikasi pengguna terhadap sistem.
2.	Salesman	Aktor yang mempunyai hak akses untuk melakukan input order.
3.	Toko Kosmetik	Aktor yang mempunyai hak akses untuk melakukan input order.

Tabel 5. Deskripsi Use Case

No.	Use Case	Deskripsi
1.	Home Toko Kosmetik dan Salesman	Sistem menampilkan halaman awal dari aplikasi, menampilkan meu profil, menu form order, contact, laporan order dan logout.
2.	Home Staff Admin	Sistem menampilkan halaman awal dari aplikasi, menampilkan meu profil, menu form order, contact, laporan order, master dan logout
3.	Profil	Sistem menampilkan profil perusahaan yang bisa diakses oleh toko kosmetik, salesman dan Admin Sales.

4.	<i>Form Order</i>	Sistem menampilkan <i>form order</i> yang bisa diakses oleh toko kosmetik, <i>salesman</i> dan Admin <i>Sales</i> .
5.	<i>Contact</i>	Sistem menampilkan <i>contact</i> perusahaan yang bisa diakses oleh toko kosmetik, <i>salesman</i> dan Admin <i>Sales</i> .
6.	Laporan Order	Sistem menampilkan <i>contact</i> perusahaan yang bisa diakses oleh toko kosmetik, <i>salesman</i> dan Admin <i>Sales</i> .
7.	<i>Master</i>	Sistem menampilkan menu <i>master</i> yang hanya bisa diakses oleh Admin, untuk menambah atau mengedit kategori barang, data barang dan toko
8.	Galeri	Menampilkan menu Galeri, admin <i>sales</i> memberikan informasi tentang produk dengan melihat <i>list</i> foto yang terdapat pada menu galeri.

Activity Diagram (diagram aktivitas) adalah diagram yang menggambarkan aliran fungsionalitas dari sistem. Pada tahap pemodelan bisnis, diagram aktifitas dapat digunakan untuk menunjukkan aliran kerja bisnis (*business work flow*). Dapat juga digunakan untuk menggambarkan aliran kejadian (*flow of events*).



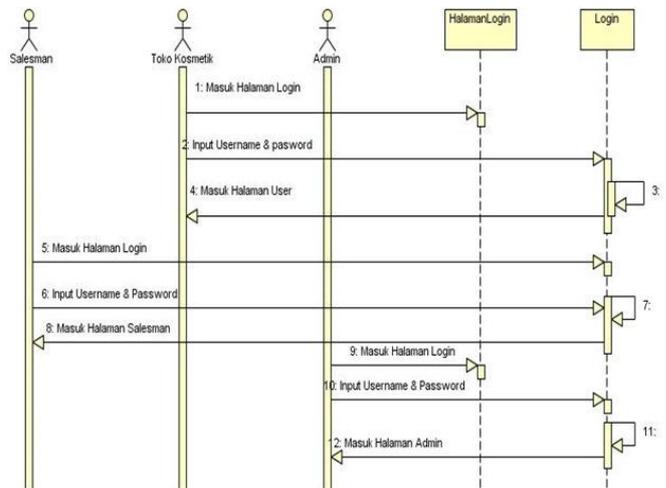
Gambar 4. *Activity Diagram* Sistem yang Diusulkan

Pada gambar 4, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Admin login dengan *input user name* dan *password*
2. Admin *update* profil
3. Admin *upload* gambar
4. Admin *manage* data barang
5. Admin dapat menambah produk jika ada produk baru
6. Admin dapat menambah sales jika ada sales baru
7. Admin dapat menambah toko kosmetik baru jika ada toko kosmetik baru
8. Admin dapat mencetak laporan kemudian diberikan kepada bagian logistik berupa hardcopy

Pada setiap *sequence diagram* terdapat aksi aktor yang pertama sekali adalah terhadap interface. *Sequence diagram* digunakan untuk menggambarkan interaksi antar objek dalam waktu yang berurutan. Tetapi pada dasarnya *sequence*

diagram digunakan dalam lapisan abstraksi model objek. Kegunaannya untuk menunjukkan rangkaian pesan yang dikirim antar objek, juga interaksi antar objek, dan menunjukkan sesuatu yang terjadi pada titik tertentu dalam eksekusi sistem. Komponen utama *sequence diagram* terdiri atas objek yang dituliskan dengan kotak segi empat bernama, pesan diwakili oleh garis dengan tanda panah, dan waktu yang ditunjukkan dengan proses vertikal. Berikut adalah *sequence diagram*.

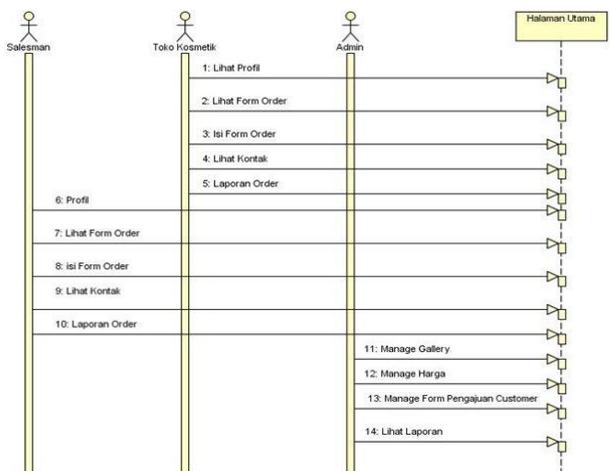


Gambar 5. *Sequence Diagram* Login

Pada gambar 5, *sequence diagram* login tersebut terdiri dari:

- a. 3 actor yaitu, toko kosmetik, *staff* admin *sales* dan *salesman*
- b. 6 message dan 2 self message, yang merupakan urutan kegiatan sistem.
- c. 2 life line, yang mencakup kegiatan sistem

Sequence Diagram Login, proses di mulai dengan oleh 3 actor, masing-masing actor melakukan login dengan memasukan *user name* dan *password* untuk selanjutnya di validasi apakah *user name* yang di masukan sesuai dengan format, setelah di validasi sistem mengecek kedalam database jika data yang di masukan tidak sesuai dengan database maka sistem memberikan pesan *error (incorrect user name and password)*, dan jika sesuai sistem menampilkan halaman utama.



Gambar 6. *Sequence Diagram* Halaman Utama

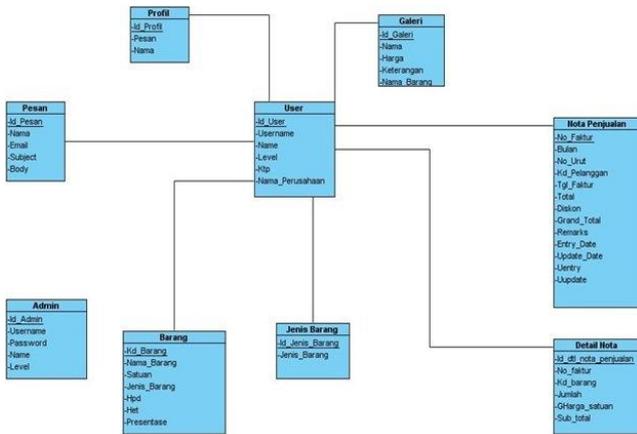
Pada gambar 6, *sequence diagram* halaman utama

tersebut terdiri dari:

- a. 3 actor yaitu, toko kosmetik, staff admin salesman dan salesman
- b. 14 message yang merupakan urutan kegiatan sistem.
- c. 1 life line, yang mencakup kegiatan sistem

Sequence Diagram halaman utama, saat 3 actor berhasil masuk ke halaman utama salesman dan toko kosmetik yang mempunyai hak akses yang sama, yaitu lihat profil, lihat form order, lihat contact, lihat laporan order, sedangkan mempunyai hak akses yang lebih banyak yaitu manage galeri, manage harga, manage form dan pengajuan customer.

Class merepresentasikan sesuatu yang ditangani oleh sistem, dengan melihat karakteristik sistem aplikasi sales beserta proses – proses yang terjadi maka dapat dibuat Class Diagram berikut ini :



Gambar 7. Class Diagram yang Diusulkan

Pada gambar 7, terdapat beberapa tabel yang terdiri dari:

1. Tabel User
2. Tabel Profil
3. Tabel Galeri
4. Tabel Pesan
5. Tabel Admin
6. Tabel Barang
7. Tabel Jenis Barang
8. Tabel Nota Penjualan
9. Tabel Detail Nota

C. Rancangan Tampilan

- c. Tampilan Website



Gambar 8. Tampilan Login

Pada gambar 8 tampak menu login yang bisa diakses oleh masing-masing actor dengan input user nmae dan password.



Gambar 9. Tampilan Home

Pada gambar 9 tampak tampilan home, yang menunjukkan gambar produk yang dijual berdasarkan kategorinya.



Gambar 10. Tampilan Form Order Admin

Pada gambar 10 tampak tampilan form order Admin, difungsikan untuk memesan order lewat admin sales.



Gambar 11. Tampilan Form Order Salesman

Pada gambar 11 tampak tampilan form order salesman, difungsikan untuk pemesanan order yang lewat salesman.



Gambar 12. Tampilan Form Order Toko Kosmetik

Pada gambar 12 tampak tampilan form order toko kosmetik, difungsikan untuk pemesanan order lewat toko kosmetik.

The screenshot shows the 'Create Barang' form in a web application. At the top, there is a navigation menu with links for Home, Profil, Galeri, Form Order, Contact, Laporan Order, Master, and Logout (admin). Below the menu, there are tabs for 'List Barang' and 'Manage Barang'. The main content area is titled 'Create Barang' and contains several input fields: 'Kode Barang', 'Nama Barang', 'Satuan', 'Jenis Barang', and 'HRP'. There is also a 'Create' button at the bottom of the form.

Gambar 13. Tampilan *Create Barang*

Pada gambar 13 tampak tampilan menu create barang, ini adalah menu khusus yang hanya bisa dikelola oleh admin, difungsikan untuk menambah atau mengedit jenis produk baru.

The screenshot shows the 'Create Pesan' form in a web application. At the top, there is a navigation menu with links for Home, Profil, Galeri, Form Order, Contact, Laporan Order, Master, and Logout (admin). Below the menu, there are tabs for 'List Pesan' and 'Manage Pesan'. The main content area is titled 'Create Pesan' and contains several input fields: 'Nama', 'Email', 'Subject', and 'Body'. There is also a 'Create' button at the bottom of the form.

Gambar 14. Tampilan *Create Pesan*

Pada gambar 14 tampak tampilan menu create pesan, difungsikan untuk mengirim pesan (kritik atau saran) ke pihak perusahaan.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, sistem informasi ini dibuat untuk untuk mengembangkan Sistem Informasi Penjualan dan Pemasaran di PT SAI Indonesia cabang Tangerang secara terkomputerisasi, yang mendukung dalam proses penjualan dan pemasaran produk guna meningkatkan penjualan. Dan untuk membantu toko kosmetik (*customer*) PT SAI Indonesia cabang Tangerang dalam proses pemesanan barang dan mendapatkan informasi terhadap produk yang ditawarkan

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Al-Bahra Bin Ladjamudin. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2013.
- [2] Dharmesta, Basu Swastha, Handoko, T. Hani. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE. 2012.
- [3] Kotler, Philip and Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1, Jakarta: Erlangga. 2012.
- [4] Nugroho, Adi. *Rekayasa Perangkat Lunak Berorientasi Objek*. Yogyakarta: Andi. 2010.
- [5] Rochaety, Eti. Setyowati, Tupi, Ridwan, Z, Faizal. *Sistem Informasi Manajemen*, Edisi pertama, Jakarta: Mitra Wacana Media. 2011.
- [6] Sutarman. *Buku Pengantar Teknologi Informasi*. Jakarta: Bumi Aksara. 2012.
- [7] Sutabri, Tata. *Analisa Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi. 2012.
- [8] Sutabri, Tata. *Konsep Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi. 2012.
- [9] Yakub, *Pengantar Sistem Informasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2012.
- [10] Zakiyudin, Ais. *Sistem Informasi Manajemen*, Jilid 2, Jakarta : Mitra Wacana Media. 2012.