

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

PT XYZ adalah perusahaan skala menengah-besar yang bergerak di bidang industri tekstil dan fashion, berfokus pada produksi pakaian rajut dan tenun untuk pasar ekspor, khususnya Amerika Serikat dan Uni Eropa. Perusahaan ini berdiri sejak 2005 dan memiliki kantor pusat di Jakarta. PT XYZ memiliki empat pabrik produksi aktif, yaitu PT DOO dan PT BBM di Jakarta, serta PT DJS dan PT DSS di Sukabumi. Selain itu, perusahaan memiliki satu mitra subkontraktor internasional bernama MT yang berlokasi di Ho Chi Minh, Vietnam. Perusahaan XYZ salah satu perusahaan yang menerima keuntungan sebagai perusahaan dengan fasilitas kawasan berikat nasional. Kawasan berikat merupakan lokasi khusus penimbunan berikat yang digunakan untuk menyimpan barang-barang impor dan/atau barang dari wilayah lain dalam daerah pabean, yang selanjutnya akan diolah, digabungkan, atau diproses sebelum diekspor kembali atau dimasukkan ke dalam peredaran domestik untuk digunakan.

Dengan kapasitas produksi gabungan sebesar 1,5 juta pcs per bulan dan total karyawan lebih dari 300 orang, PT XYZ telah menjalin kerja sama dengan berbagai merek internasional ternama seperti H&M, Kohl's, dan JC Penney. Omset perusahaan mencapai sekitar USD 5 juta per tahun. Nama perusahaan dalam penelitian ini disamarkan atas permintaan manajemen, namun data diperoleh dari sumber primer dan telah diverifikasi melalui observasi dan dokumentasi.

Visi PT XYZ adalah menjadi perusahaan fashion terkemuka di Asia Tenggara yang dikenal karena inovasi dan kualitas produknya. Misi perusahaan adalah menyediakan produk fashion yang stylish, nyaman, dan terjangkau bagi semua

kalangan, dengan komitmen terhadap keberlanjutan melalui penggunaan bahan ramah lingkungan.

PT XYZ menawarkan berbagai produk fashion, termasuk pakaian pria, wanita, dan anak-anak. Perusahaan ini juga menyediakan layanan desain khusus untuk klien yang ingin menciptakan koleksi unik sesuai kebutuhan mereka, dengan tim desainer yang berpengalaman dan kreatif.

PT XYZ mengadopsi teknologi terbaru dalam proses produksi untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas produk. Dengan menggunakan mesin canggih dan sistem manajemen yang efisien, perusahaan ini aktif dalam penelitian dan pengembangan untuk menciptakan bahan baru yang lebih baik dan ramah lingkungan.

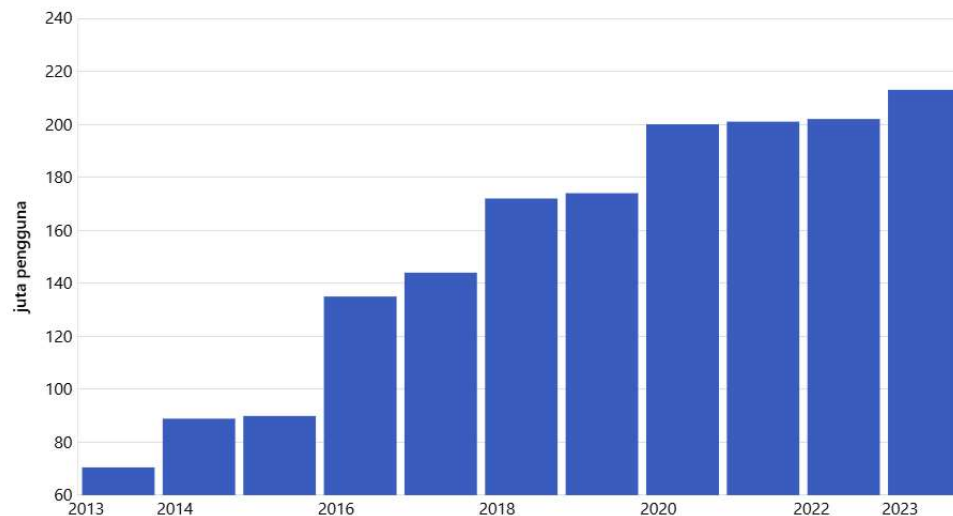
PT XYZ mengutamakan kualitas dalam setiap aspek operasionalnya dengan menerapkan standar kontrol kualitas yang ketat. Perusahaan ini juga berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, termasuk layanan purna jual yang responsif, untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

1.2 Latar Belakang

Saat ini pesatnya perkembangan teknologi informasi memunculkan ide-ide atau gagasan baru dalam menjalankan bisnis yang dulunya manual menjadi terintegrasi. Menurut (Radjamin & Jessica, 2024) Jumlah pengguna internet yang mencapai 5,16 miliar pada Januari 2023 diproyeksikan akan tumbuh secara signifikan menjadi 6 miliar pada tahun 2027. Pertumbuhan ini merupakan hasil dari akses internet yang diperluas dan adopsi teknologi yang semakin cepat. Peningkatan jumlah pengguna internet tidak hanya berkontribusi pada perkembangan Society 5.0, tetapi juga mendorong munculnya model ekonomi baru. Selain itu menurut (Adya, 2024) Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi di era digitalisasi modern saat ini telah mengubah struktur dasar ekonomi global, termasuk di Indonesia sebagai negara berkembang dengan sistem ekonomi terbuka. Kemajuan teknologi ini memberikan peluang bagi negara-negara untuk meningkatkan perekonomian mereka. Dengan adanya inovasi teknologi, ekonomi dapat

beroperasi dengan lebih efisien, mengurangi biaya input, serta meningkatkan kualitas dan kuantitas barang yang diproduksi.

Perkembangan teknologi informasi yang pesat dan pertumbuhan pengguna internet membuka peluang bagi perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan profitabilitas melalui penerapan sistem informasi penjualan yang terintegrasi. Dengan sistem yang baik, perusahaan dapat memaksimalkan proses penjualan dan meminimalkan kesalahan yang berpotensi mengurangi laba.



Gambar 1. 1 Pengguna Internet di Indonesia 2013-2023

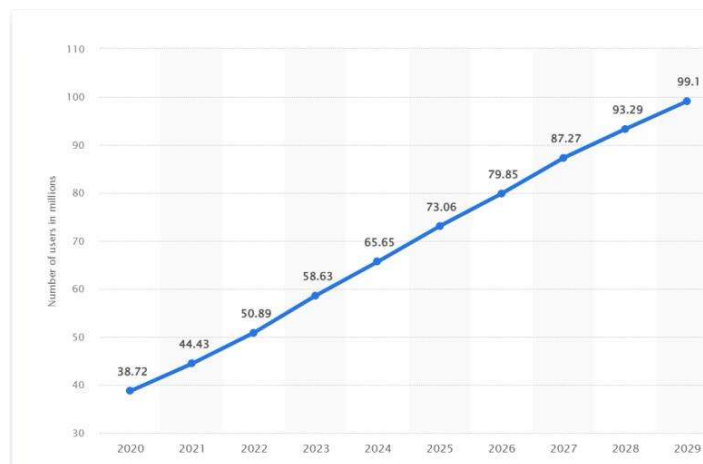
Sumber : databoks.katadata.co.id, Diakses pada : 2024

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa seiring berjalannya waktu pertumbuhan pengguna internet akan selalu meningkat dengan signifikan. Hal tersebut dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, situs belanja dan media sosial yang memicu masyarakat untuk menggunakan internet guna memperoleh informasi terbaru.

Jumlah pengguna internet di indonesia yang terus meningkat mengakibatkan munculnya kemungkinan peningkatan perdagangan elektronik di indonesia yang sangat besar. Menurut (Adya, 2024) E-commerce telah menjadi alat yang sangat

penting bagi bisnis untuk berinteraksi dengan konsumen dan melakukan transaksi perdagangan. Saat ini, penggunaan e-commerce telah meluas, dengan sebagian besar orang memiliki akses melalui komputer atau perangkat seluler. Melalui situs web e-commerce, bisnis dan industri dapat dengan cepat memenuhi kebutuhan pelanggan. Akibatnya, di masa depan, bahkan usaha kecil pun memiliki kesempatan untuk mendirikan toko virtual guna melayani kebutuhan pelanggan mereka. Transformasi ini menunjukkan bahwa e-commerce tidak hanya memberikan kemudahan bagi konsumen, tetapi juga membuka peluang baru bagi pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing mereka di era digital.

Dalam konteks ini, penerapan sistem informasi penjualan yang efektif di perusahaan XYZ diharapkan tidak hanya mempermudah transaksi tetapi juga mampu meningkatkan laba perusahaan dengan memanfaatkan peluang dari perkembangan e-commerce yang terus meningkat.



Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna E-Commerce di Indonesia Tahun 2020-2029

Sumber : Statista.com, Diakses pada : 2024

Data diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah pengguna e-commerce di Indonesia selalu meningkat setiap tahunnya dari tahun 2020 mencapai 38,72 juta pengguna hingga diprediksikan pada tahun 2029 mencapai 99,1 juta pengguna.

Dapat diambil kesimpulan bahwa e-commerce di Indonesia akan selalu berkembang dengan meningkatnya pengguna setiap tahunnya, dan perusahaan XYZ memiliki peluang untuk memanfaatkan pertumbuhan ini guna meningkatkan penjualan dan laba secara signifikan.

Industri garmen di Indonesia merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian nasional, berkontribusi signifikan terhadap ekspor dan penciptaan lapangan kerja. Dikenal karena produksi pakaian yang beragam, mulai dari pakaian jadi hingga aksesoris, industri ini memanfaatkan tenaga kerja yang besar dan terampil. Indonesia memiliki keunggulan dalam hal bahan baku, desain, dan kemampuan untuk memenuhi permintaan pasar global yang terus berkembang.

Tabel 1. 1 Ekspor Pakaian Jadi Tekstil Menurut Negara Tujuan Utama, 2012-2023

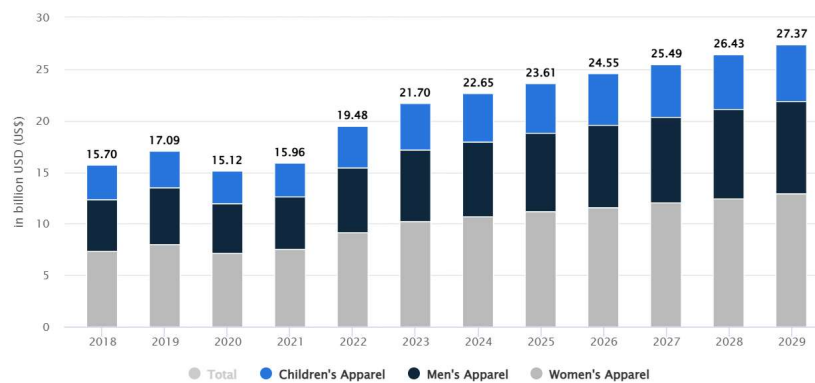
Sumber : bps.go.id, Diakses pada 2024

Negara tujuan	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Berat bersih : 000 Ton												
Amerika Serikat	194,1	189,0	181,5	191,4	179,0	176,2	173,2	164,4	135,4	168,9	169,9	133,7
Jepang	17,3	23,1	24,3	28,1	26,8	27,7	31,6	29,0	24,4	21,3	21,5	22,1
Jerman	16,2	15,9	17,3	15,0	15,5	15,0	14,0	13,2	11,0	11,2	12,0	7,4
Korea Selatan	14,3	16,7	17,7	18,5	18,3	19,2	21,0	19,9	17,8	18,0	18,2	15,5
Inggris	11,4	9,8	9,1	7,6	7,3	6,4	7,0	5,2	4,6	5,3	5,8	4,4
Australia	2,8	3,5	3,8	5,1	6,6	6,3	6,1	5,5	5,9	6,5	7,2	7,4
Tiongkok	2,7	4,7	5,6	6,8	7,3	8,3	9,7	7,8	10,0	5,3	4,0	3,5
Belgia	5,4	4,7	5,8	5,8	6,4	5,5	5,1	3,4	3,7	2,7	3,3	2,6
Kanada	5,5	6,4	6,9	6,4	6,9	6,7	6,9	6,4	5,1	5,5	6,7	5,9
Uni Emirat Arab	11,9	11,0	12,5	11,3	13,5	6,0	4,8	4,4	3,2	3,3	3,1	3,0
Lainnya	80,3	73,4	86,9	78,1	76,3	81,1	74,1	71,8	63,5	70,4	75,6	67,5
Jumlah	361,9	358,3	371,1	374,0	363,9	358,4	353,6	331,1	284,6	318,3	327,3	273,1
Nilai FOB : 000 000 US\$												
Amerika Serikat	3.197,9	3.200,9	3.111,3	3.232,6	3.096,9	3.455,1	3.774,3	3.710,3	2.931,1	3.859,2	4.431,3	3.598,4
Jepang	347,7	444,5	483,8	550,2	536,4	630,8	715,3	676,1	579,5	513,9	522,2	582,5
Jerman	432,8	423,0	449,3	386,4	389,8	372,4	381,2	383,4	314,3	324,7	383,0	253,9
Korea Selatan	175,0	217,8	229,6	260,8	255,1	303,7	345,3	345,1	298,5	280,6	325,6	307,2
Inggris	272,9	234,0	230,4	187,1	173,5	171,2	168,6	146,3	124,3	141,6	169,7	131,6
Australia	85,2	104,2	112,3	139,8	162,0	165,3	179,5	173,0	166,0	192,0	235,6	227,4
Tiongkok	62,2	100,1	117,9	156,8	161,2	223,5	264,2	219,2	171,8	171,4	146,1	140,1
Belgia	148,6	134,8	160,5	146,1	160,1	145,8	146,5	106,1	121,4	77,4	95,9	82,5
Kanada	125,3	134,2	147,1	140,5	145,7	162,1	178,7	172,1	135,0	155,3	223,8	201,9
Uni Emirat Arab	170,5	156,4	198,6	163,8	127,9	91,2	77,9	66,1	51,0	51,2	56,9	54,6
Lainnya	1.037,1	998,7	960,3	1.004,0	966,3	969,3	1.053,3	1.036,6	906,2	1.087,2	1.272,3	1.117,3
Jumlah	6.055,2	6.148,6	6.201,2	6.368,2	6.174,7	6.690,3	7.284,8	7.034,3	5.799,2	6.854,6	7.862,4	6.697,6

Catatan:
 Diolah dari dokumen kepabeanan Ditjen Bea dan Cukai (PEB dan PIB)
 Ada perubahan pengelompokan komoditas, mengikuti perubahan korespondensi kode HS ke KBLU terbaru

Tabel yang diatas menunjukan data ekspor Indonesia ke berbagai negara dari tahun 2012 hingga 2023, yang terbagi menjadi dua komponen utama yaitu berat bersih ekspor dan nilai FOB (*Free on Board*). Analisis menunjukkan bahwa Amerika Serikat menduduki posisi sebagai tujuan utama ekspor dengan berat bersih

ekspor mencapai 133700 ton, diikuti oleh Jepang dan Jerman, dengan volume ekspor yang signifikan setiap tahunnya. Dari table diatas dapat dilihat bahwa nilai ekspor menunjukkan tren yang lebih konsisten, dengan peningkatan total nilai dari tahun ke tahun, meskipun juga mengalami penurunan pada tahun yang sama. Dengan sistem informasi penjualan yang terintegrasi, perusahaan XYZ dapat meningkatkan transparansi dan akurasi data ekspor sehingga berpotensi meningkatkan laba melalui manajemen yang lebih efektif.



Gambar 1. 3 Pendapatan Industri Pakaian 2018-2029

Sumber : Statista.com, Diakses pada : 2024

Dari grafik diatas dapat dilihat bahwa industri pakaian dari tahun ke tahun didominasi oleh pakaian wanita diikuti oleh pakaian pria. Pada tahun 2018 total pendapatan mencapai 15,70 Milliar USD dan diprediksikan akan terus meningkat sampai 27,37 Milliar USD pada tahun 2029 dengan tingkat pertumbuhan tahunan majemuk sebesar 3,76%. Namun, pada tahun 2020 nilai pendapatan menurun sebesar 15,12 Milliar USD yang bisa dapat disimpulkan terjadi karena Covid-19.

Perusahaan XYZ merupakan perusahaan yang bergerak di bidang garmen perusahaan ini fokus pada ekspor dan produksi barang pakaian, terutama untuk pasar Amerika Serikat dan Uni Eropa, dengan spesialisasi dalam pakaian rajut dan tenun. Hasil produksi dari perusahaan XYZ langsung dikirim ke merk-merk yang sudah bekerja sama. Perusahaan XYZ memiliki 4 pabrik tempat memproduksi

pakaian sesuai order yang masuk dan 1 pabrik sub kontraktor yang ditugaskan untuk memproduksi pesanan yang rumit.

Dengan kapasitas produksi yang besar, perusahaan XYZ memiliki potensi untuk meningkatkan laba jika sistem informasi penjualan dapat diintegrasikan dengan baik untuk memastikan distribusi produk yang efisien dan tepat sasaran.

Tabel 1. 2 Jumlah Kapasitas Produksi Perusahaan

Sumber : Data Diolah Peneliti

Ownership	Factory	Location	No.of Lines	Monthly Capacity
Owned	PT.DOO	Jakarta	10	216,000 pcs
Owned	PT.DJS	Sukabumi	37	660,000 pcs
Owned	PT.DSS	Sukabumi	12	240,000 pcs
Sub-con	PT.BBM	Jakarta	12	240,000 pcs
Owned	MT	Ho chi minh	11	220,000 pcs
			82	1,500,000 pcs

PT DOO berlokasi di Jakarta dengan 10 jalur produksi dan kapasitas bulanan sebesar 216.000 pcs. Sementara itu, PT DJS di Sukabumi memiliki kapasitas tertinggi dengan 37 jalur dan 650.000 pcs, diikuti oleh PT DSS dengan 12 jalur dan kapasitas 240.000 pcs. Subkontraktor PT BBM juga berlokasi di Jakarta dengan 12 jalur dan kapasitas 240.000 pcs, sedangkan MT di Ho Chi Minh memiliki 11 jalur dan kapasitas 220.000 pcs.

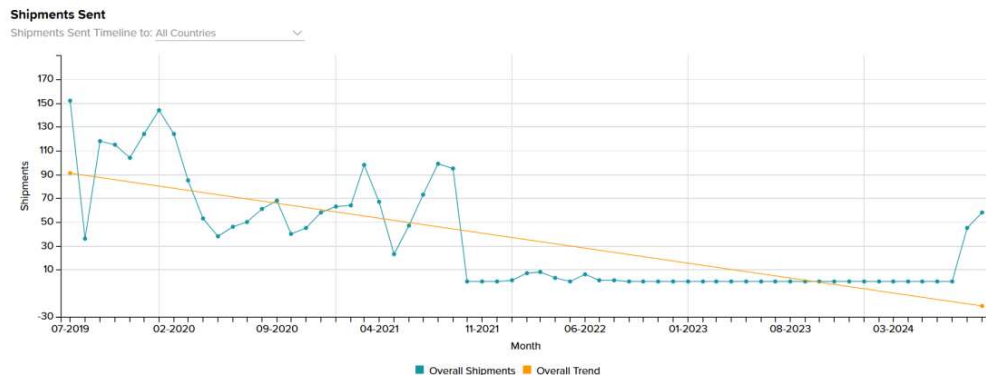
Total kapasitas produksi dari semua pabrik yang terdaftar mencapai 1,5 juta pcs per bulan, menunjukkan potensi besar PT Doosan untuk memenuhi permintaan pasar. Pabrik di Sukabumi menunjukkan kapasitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang ada di Jakarta, yang mengindikasikan bahwa lokasi dapat mempengaruhi efisiensi produksi. Dengan adanya subkontraktor seperti PT BBM, PT Doosan dapat meningkatkan fleksibilitas dan kapasitas produksi sesuai dengan kebutuhan pasar, sehingga memperkuat posisi mereka dalam industri garmen.

Tabel 1. 3 Tabel Data Pembeli Perusahaan XYZ

Sumber : Data Diolah Peneliti

<i>Experience Buyers</i>	Alfred Dunner, C&A, Dress Barn, Express, Federated, JC Penney, Jones Apparel, Juven, Kellwood, LAND'S END, May Company, Marmaxx Mervyns, Protrend, dan Target.
<i>Current Buyers</i>	AMC Saks, Catherine, Cato, Chaus, Dillard's, Fashion Bug, K-mart, Kenneth Cole, Kohl's, Lane Bryant, Notations, Nygard, Sears dan H&M

Berdasarkan data diatas terdapat dua kategori pembeli yaitu *Experience Buyers* dan *Current Buyers*. Kategori Experienced Buyers mencakup perusahaan-perusahaan di mana individu atau organisasi telah memiliki pengalaman kerja sebelumnya. Daftar ini menunjukkan merek-merek yang dikenal dan dihormati dalam industri ritel dan fashion, seperti Alfred Dunner, JC Penney, dan Target. Pengalaman dengan perusahaan-perusahaan ini mencerminkan keterlibatan dalam proses pembelian, pengelolaan produk, dan strategi pemasaran yang telah terbukti efektif. Hal ini memberikan kredibilitas dan menunjukkan bahwa individu atau organisasi tersebut memiliki pemahaman mendalam tentang dinamika pasar dan kebutuhan konsumen. Di sisi lain, kategori Current Buyers mencakup perusahaan-perusahaan yang saat ini menjadi klien atau mitra bisnis. Nama-nama seperti H&M Dillard's, Kohl's, dan Lane Bryant menunjukkan hubungan aktif yang sedang dijalin, yang dapat mencakup pengadaan produk, kolaborasi, atau proyek bersama. Keterlibatan dengan perusahaan-perusahaan ini menunjukkan bahwa individu atau organisasi tetap relevan dan terhubung dengan tren dan kebutuhan pasar saat ini. Ini juga mencerminkan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan dalam industri ritel dan fashion, serta komitmen untuk memenuhi kebutuhan klien yang terus berkembang.



Gambar 1. 4 Grafik Pengiriman Ekspor PT. XYZ

Sumber : en.abrams.wiki, Diakses pada : 2024

Berdasarkan grafik diatas dari PT XYZ, terlihat adanya pola fluktuasi yang signifikan dalam aktivitas pengiriman ekspor selama periode 2019 hingga 2024. Puncak pengiriman terjadi pada awal 2019 hingga pertengahan 2020, yang menunjukkan tingginya permintaan pasar atau efektivitas strategi penjualan dan distribusi. Namun, setelah periode tersebut, grafik menunjukkan penurunan tajam di akhir tahun 2020 hingga awal 2021, yang kemungkinan besar dipengaruhi oleh gangguan rantai pasokan, penurunan permintaan global, atau dampak pandemi COVID-19 terhadap aktivitas operasional perusahaan. Aktivitas pengiriman sempat menunjukkan tren stabil pada tahun 2021 hingga akhir 2022, namun kembali mengalami penurunan drastis di awal tahun 2023, yang mengindikasikan adanya masalah pada operasional yang belum sepenuhnya terselesaikan.

Masalah utama yang dapat diidentifikasi dari grafik ini adalah ketidakstabilan dalam rantai pasok, kurangnya adaptasi terhadap perubahan permintaan pasar global, serta potensi masalah internal seperti efisiensi dalam sistem manajemen produksi dan distribusi. Aktivitas pengiriman yang mulai meningkat kembali pada awal tahun 2024 menunjukkan adanya upaya pemulihan dari pihak perusahaan. Namun, diperlukan analisis lebih lanjut untuk memahami masalah yang menyebabkan fluktuasi ini.

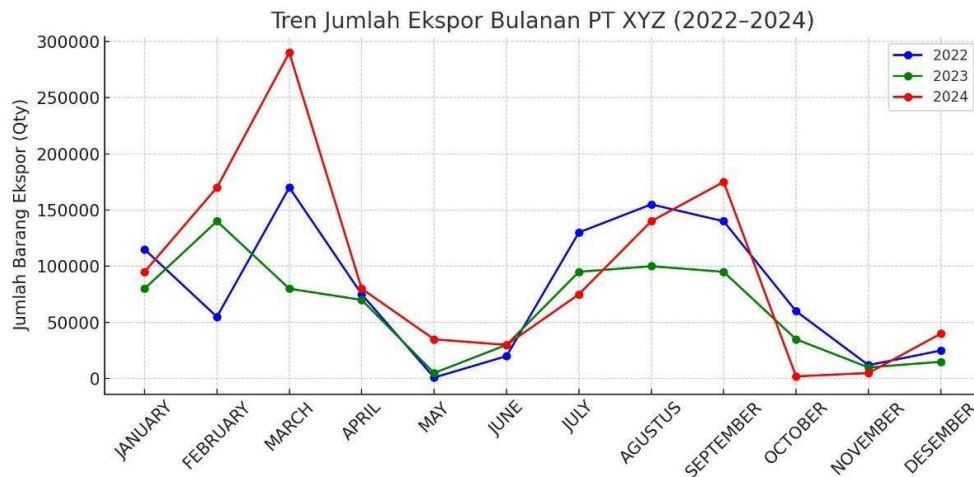
Bagi perusahaan sebagai pelaku bisnis, manfaat adanya ecommerce adalah mempermudah pencatatan penjualan, mempermudah pencatatan persediaan produk, meningkatkan promosi dan penjualan serta meminimalisir biaya yang tidak diperlukan, sedangkan bagi konsumen atau pembeli, manfaat adanya ecommerce adalah dapat mempermudah konsumen dalam membeli produk dan mempermudah konsumen dalam mendapatkan informasi terkait produk. Terlebih karena pembeli yang bekerja sama dengan perusahaan merupakan merk ternama.

Berdasarkan hasil wawancara awal dengan pihak manajemen, disampaikan bahwa Sistem penjualan saat ini masih dilakukan secara parsial, dan belum ada integrasi antara divisi ekspor, logistik, dan administrasi penjualan. Hal ini sering menyebabkan keterlambatan input data, inkonsistensi laporan, serta mempersulit pengambilan keputusan secara cepat.

Permasalahan ini tercermin pula dari data ekspor perusahaan selama tiga tahun terakhir. Berdasarkan laporan ekspor PT XYZ tahun 2022 hingga 2024, terlihat adanya fluktuasi signifikan dalam volume ekspor dan nilai *cost margin* (CM). Pada tahun 2022, total ekspor bulan Maret mencapai 171.672 pcs, namun turun drastis menjadi 79.000 pcs di Januari 2023, yang menunjukkan penurunan lebih dari 50%. Penurunan ini juga berdampak pada CM USD dari USD 280.933 pada Januari 2022 menjadi USD 158.600 di Januari 2023.

Penurunan volume dan nilai CM ini terjadi secara berulang di beberapa bulan lain selama periode 2023, mengindikasikan adanya ketidakkonsistenan dalam pengelolaan sistem penjualan dan distribusi.

Kondisi ini diperparah oleh masih terbatasnya integrasi sistem informasi, sehingga perusahaan kesulitan dalam melakukan monitoring real-time dan pengambilan keputusan berbasis data. Oleh karena itu, diperlukan adanya perancangan sistem informasi penjualan berbasis web yang mampu menjawab tantangan operasional dan mendukung efisiensi serta peningkatan laba perusahaan secara menyeluruh.



Gambar 1. 5 Grafik Tren Jumlah Ekspor Bulanan PT.XYZ (2022-2024)

Sumber : Data diolah peneliti (Export List DJBC)

Berdasarkan grafik tren ekspor bulanan PT XYZ periode 2022 hingga 2024, ditemukan adanya fluktuasi volume ekspor yang signifikan antar bulan dan antar tahun.

Pada Januari 2022, jumlah barang yang diekspor mencapai lebih dari 112 ribu unit, namun di bulan yang sama tahun 2023 terjadi penurunan menjadi hanya sekitar 79 ribu unit. Bahkan, beberapa bulan pada 2023 dan 2024 menunjukkan ketidakteraturan kuantitas ekspor tanpa pola yang konsisten. Fenomena ini menunjukkan adanya ketidakstabilan proses penjualan yang kemungkinan besar disebabkan oleh kurangnya integrasi sistem, keterbatasan pelaporan real-time, serta tidak adanya kontrol sistemik terhadap jadwal dan volume ekspor.

Ketidakteraturan ini tidak hanya berdampak pada perencanaan produksi dan distribusi, tetapi juga mempersulit analisis performa penjualan dan proyeksi laba. Tanpa sistem informasi penjualan yang terintegrasi, pengambilan keputusan oleh manajemen menjadi lambat dan kurang berbasis data. Oleh karena itu, perancangan sistem informasi penjualan yang mampu mengintegrasikan data penjualan dan ekspor secara real-time menjadi kebutuhan mendesak untuk meningkatkan efisiensi, akurasi pelaporan, dan profitabilitas perusahaan.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, terlihat bahwa keterbatasan sistem informasi penjualan yang masih manual menghambat kelancaran komunikasi antar divisi, memperlambat pelacakan pesanan, dan membatasi kemampuan manajemen dalam mengambil keputusan berbasis data terkini. Kondisi ini berdampak pada rendahnya respons terhadap permintaan pasar, potensi kehilangan pelanggan, serta tingginya risiko kesalahan administrasi dan keterlambatan pengiriman. Oleh karena itu, dibutuhkan perbaikan sistem informasi penjualan berbasis web yang mampu mengintegrasikan seluruh divisi terkait, menyediakan data penjualan secara *real-time*, dan memfasilitasi pelacakan pesanan yang transparan. Perbaikan ini diharapkan tidak hanya memperluas jangkauan pasar, tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional melalui pengurangan keterlambatan, kesalahan data, dan biaya administrasi yang berlebihan. Efisiensi tersebut pada akhirnya akan mendukung terciptanya profitabilitas yang lebih baik dan berkelanjutan bagi perusahaan. Selain itu, mockup yang dirancang bersifat interaktif dan memiliki jangkauan luas secara global, sehingga tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga berpotensi memperluas pasar dan meningkatkan penjualan perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang sistem informasi penjualan berbasis web yang tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga mendorong peningkatan laba perusahaan XYZ melalui optimalisasi proses penjualan dan pengelolaan data yang lebih baik.

Penulis juga ingin mengajukan solusi guna mengatasi permasalahan yang ada dengan cara melakukan perancangan sistem penjualan berbasis web, merancang sistem informasi penjualan. Pemodelan UML berorientasi objek dipilih sebagai metodologi yang akan digunakan. Setelah dilakukan maka akan menghasilkan perancangan yang digambarkan dalam diagram UML, yaitu Use Case Diagram, Activity Diagram, Class Diagram, Dan Sequence Diagram. Dan dibuatlah penelitian dengan judul “ANALISIS PENGARUH DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN TERHADAP PENINGKATAN LABA DI PERUSAHAAN XYZ”.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah dijelaskan di bab sebelumnya diperoleh pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Bagaimana proses bisnis dan sistem penjualan yang sedang terjadi ?
2. Apa kekurangan yang ada pada sistem yang sedang berjalan?
3. Bagaimana rekomendasi perbaikan sistem berjalan menggunakan pemodelan UML yang sesuai dengan kebutuhan?
4. Bagaimana efektivitas penggunaan visualisasi mockup dalam meningkatkan pemahaman pengguna terhadap implementasi proses bisnis dalam desain antarmuka pengguna?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan guna menjawab dan mengatasi permasalahan yang ada. Berikut merupakan tujuan dari penelitian ini.

1. Mengetahui dan memahami proses bisnis dan sistem penjualan.
2. Melakukan identifikasi kelemahan yang ada pada sistem penjualan yang sedang digunakan.
3. Membuat perancangan rekomendasi perbaikan sistem berjalan menggunakan pemodelan UML sesuai dengan kebutuhan.
4. Visualisasi Mockup (Rancangan Tampilan) User Interface untuk Gambaran implementasi proses bisnis

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat. Manfaat tersebut dapat ditinjau dalam dua aspek yaitu Aspek Teoritis dan Aspek Praktis.

1.6.1 Aspek Teoritis

Penulis berharap penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan ilmu pengetahuan di bidang analisis perancangan sistem dan manajemen data ataupun menjadi referensi bagi penelitian sejenis kedepannya, juga menjadi bahan evaluasi bagi teori-teori yang dikutip dalam penelitian ini.

1.6.2 Aspek Praktis

Penulis berharap dengan dibuatnya penelitian ini dapat memberikan suatu nilai tambah pada sisi penjualan bagi pihak yang menjadi objek dari penelitian ini yaitu PT. XYZ. Serta penelitian ini diharapkan dapat mmenjadi bahan masukan dan nilai tambah bagi seluruh pelaku bisnis.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dari penelitian ini fokus dalam perancangan sistem informasi penjualan berbasis web untuk PT XYZ yang bertujuan untuk mengetahui dan melakukan analisis terhadap proses bisnis dan sistem penjualan yang sedang berjalan, dengan harapan dapat memberikan rekomendasi perbaikan guna meningkatkan efisiensi dan profitabilitas perusahaan. Dalam penelitian ini terdapat batasan-batasan dalam penyelesaian masalah dan pengambilan data, yaitu:

1. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sistem informasi penjualan perusahaan yang sudah berjalan dan menganalisis masalah yang berkaitan dengan analisis *Business Model Canvas*.
2. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi perbaikan sistem penjualan berbasis web di PT XYZ dengan menggunakan pemodelan UML yang mencakup use case diagram, use case scenario, activity diagram, sequence diagram, dan class diagram.
3. Penelitian ini hanya berfokus pada perancangan desain sistem informasi penjualan, sehingga tahap implementasi atau pembuatan kode program tidak termasuk dalam cakupan penelitian ini.
4. Penelitian ini tidak mencakup uji validitas dan reliabilitas terhadap hasil perancangan sistem, sehingga fokus utamanya adalah analisis dan desain sistem yang dapat mendukung peningkatan efisiensi penjualan.

5. Penelitian ini dilakukan pada PT XYZ yang bergerak di bidang garmen, dengan subjek penelitian adalah bagian penjualan dan manajemen perusahaan yang terkait langsung dengan proses penjualan.
6. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi terhadap proses penjualan yang ada saat ini, namun tidak mencakup pengumpulan data yang bersifat rahasia atau informasi keuangan yang mendetail.

Ruang lingkup ini ditetapkan untuk memastikan penelitian fokus pada desain dan analisis sistem informasi yang dapat memberikan manfaat strategis bagi perusahaan tanpa melibatkan tahap implementasi langsung atau pengujian lanjutan.

1.8 Sistematika Tugas Akhir

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini isinya menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika tugas akhir

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan landasan teori, membahas secara singkat teori-teori yang dapat digunakan dalam menunjang penelitian atau penulisan tugas akhir ini

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas metodologi dan tahapan-tahapan yang digunakan dalam merancang suatu sistem yang dikemukakan serta bagaimana mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan pembahasan atas permasalahan yang telah dirumuskan dan menjelaskan hasil dari penelitian tersebut

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan yang telah dirumuskan serta saran dari peneliti untuk perbaikan masalah.