

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Umum

1. Penjualan

Menurut Akhmad Gunawan (2023:98) dalam jurnalnya menyatakan bahwa: “Penjualan bukan hanya sekadar aktivitas transaksional, tetapi juga mencerminkan perusahaan kemampuan dalam memahami dan merespons kebutuhan serta harapan konsumen”.

Definisi penjualan menurut Sumiyati dan Yatimatun (dikutip oleh Akhmad Gunawan 2021), menyatakan: “pembelian suatu (barang atau jasa) dari satu pihak kepada pihak lainnya dengan mendapatkan ganti uang dari pihak tersebut. Penjualan merupakan sumber dari pendapatan perusahaan, semakin besar penjualan, semakin besar pula pendapatan yang diterima perusahaan.”

a. Tujuan Penjualan

Menurut Sumiyati dan Yatimatun (dikutip oleh Akhmad Gunawan 2021), tujuan penjualan: “adalah mendatangkan keuntungan atau laba dari produk atau barang yang dihasilkan produsen dengan pengelolaan yang baik. Dalam pelaksanaannya penjualan tidak dapat dilakukan tanpa adanya pelaku yang bekerja di dalamnya, misalnya pedagang, agen, dan tenaga pemasaran”.

2. Persediaan

Menurut Assauri (dikutip oleh Akhmad Gunawan 2016:225), “persediaan atau *inventory* adalah suatu bagian yang penting dari bisnis perusahaan”.

Menurut Akhmad Gunawan (2023:102), “persediaan merupakan stock bahan baku yang digunakan untuk memfasilitasi produksi yang merupakan suatu bagian penting dari bisnis perusahaan dalam rangka meningkatkan rasa kepuasan terhadap permintaan konsumen”.

3. Data

Menurut Dedy Rahman Prehanto, S.Kom., M.Kom (2020: 8), data merupakan kumpulan fakta atau sesuatu yang digunakan sebagai input untuk diolah atau diproses, dan menghasilkan suatu informasi (output). Sebuah data harus sesuai kebenarannya (reliable), akurat, tepat waktu, dan mencakup ruang lingkup yang luas.

Menurut Kenneth C. Laudon dan Jane P. Laudon (2022:46), “aliran fakta mentah yang mewakili peristiwa yang terjadi di dalam organisasi atau lingkungan fisik sebelum diorganisir dan diatur ke dalam bentuk yang dapat dimengerti dan digunakan oleh manusia”.

4. Informasi

Menurut Kenneth C. Laudon dan Jane P. Laudon (2022:16), “informasi adalah data yang telah dibentuk menjadi bentuk yang berarti dan berguna bagi manusia”.

5. Sistem

Menurut Erni Widarti et al (2024:2), “Sistem merujuk pada suatu entitas yang terdiri dari elemen atau komponen yang saling berhubungan dan berinteraksi secara kontinu atau berkesinambungan dengan lingkungan sekitarnya”.

6. Sistem Informasi

Menurut David Bourgeois, Joseph Mortati, Shouhong Wang, dan James Smith (2019:3), ada tiga definisi sistem informasi yaitu: “Sistem informasi (SI) dapat didefinisikan secara teknis sebagai sekumpulan komponen yang saling terkait yang mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi untuk mendukung pengambilan keputusan dan kontrol dalam sebuah organisasi”. “Sistem informasi adalah kombinasi perangkat keras, perangkat lunak, dan jaringan telekomunikasi yang dibuat dan digunakan orang untuk mengumpulkan, membuat, dan mendistribusikan data yang berguna, biasanya dalam lingkungan organisasi”. “Sistem informasi adalah komponen-komponen yang saling terkait yang bekerja sama untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan menyebarkan informasi untuk mendukung pengambilan keputusan, koordinasi, kontrol, analisis, dan visualisasi dalam sebuah organisasi”.

Menurut Kenneth C. Laudon dan Jane P. Laudon (2022:46), “sistem informasi secara teknis dapat didefinisikan sebagai sekumpulan komponen yang saling terkait yang mengumpulkan (atau mengambil), memproses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi untuk mendukung pengambilan keputusan dan kontrol dalam sebuah organisasi”.

Menurut Susmita Bandyopadhyay (2023:1), “Sistem adalah kumpulan komponen yang saling terkait. Sebuah sistem dapat terdiri dari sub-sistem yang berbeda. Jika komponen-komponen yang saling terkait ini bekerja sama untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan menggunakan informasi untuk mendukung pengambilan keputusan, koordinasi, kontrol, analisis, dan tujuan visualisasi, maka itu disebut sistem informasi. Sistem informasi adalah fokus dari sistem pendukung keputusan (DSS)”.

7. Website

Menurut Aditya Kusumawardana dan Nanda Hidayati (2020:1), “Website adalah sebuah kumpulan halaman pada suatu domain di internet yang dibuat dengan tujuan tertentu dan saling berhubungan serta dapat diakses secara luas melalui halaman depan (*homepage*) menggunakan sebuah browser menggunakan URL website”.

Menurut Woro Isti Rahayu, Shahieza Alfadia Shauqie, dan Nizar Abdul Kholiq (2023:50), dalam jurnalnya menyatakan bahwa: “Website adalah beberapa kumpulan halaman yang dipakai untuk menampilkan informasi berupa teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau bahkan penggabungan dari semuanya”.

a. Unsur Website

Menurut Aditya Kusumawardana dan Nanda Hidayati (2020:2) ada tiga unsur website yang sangat penting yaitu:

(1) Domain.

Domain diibaratkan sebagai merek, dengan penggunaan domain yang menarik akan membuat orang tertarik untuk memasuki suatu website. Dengan pemilihan nama domain yang unik juga membuat orang mudah mengingatnya untuk nantinya dikunjungi kembali.

(2) Hosting

“Hosting memiliki peran untuk menyimpan semua *database* (*script*, gambar, video, teks dan lain sebagainya) yang diperlukan untuk membentuk suatu website”.

(3) Konten

“Tanpa adanya konten pada website, maka website bisa dikatakan tidak memiliki tujuan yang jelas. Konten pada website dapat berupa teks, gambar atau video. Jika dilihat dari konten yang disuguhkan, terdapat beberapa macam website. Misalnya saja, sosial media, website berita, website jual beli atau website yang berisi konten yang berdasarkan minat, bakat serta hobi”.

b. Jenis Website

(1) Website Pribadi

Saat ini tersedia berbagai layanan yang dapat digunakan untuk membuat website pribadi. Mulai dari yang gratis sampai layanan berbayar.

(2) Website Toko Online

“Toko online sekarang banyak dilakukan sebagai media dalam digital marketing”.

(3) Artikel

“Website biasanya berisi artikel yang bertujuan untuk berbagi pengetahuan, ide atau pengalaman penulis”.

c. Manfaat Website

Menurut Aditya Kusumawardana dan Nanda Hidayati (2020:5), manfaat website sebagai berikut:

(1) Membangun *Personal Branding*

Website dapat membangun personal branding yang kuat dan terpercaya.

(2) Berbagi Cerita dan Informasi

Dengan adanya website berbagi cerita atau informasi apa saja di berbagai *platform* atau sosial media sangat mudah. Informasi yang ada pada website juga sangat beragam mulai dari *traveling*, *parenting*, teknologi, keuangan, hingga kuliner.

(3) Menghasilkan Uang

Ada banyak cara untuk menghasilkan uang menggunakan website. Seperti menjadi *websiteger* dan mendapatkan banyak *endorsement* atau tawaran kerja sama. Selain itu, juga bisa mendaftarkan website ke Google AdSense untuk mendapatkan uang dari iklan Google.

8. Keputusan

Menurut Aghnia Wulandari et al (2024:18), keputusan adalah proses memilih satu opsi dari beberapa metode yang terkadang bisa cukup sederhana, dan menentukan pilihan terbaik sederhana. Keputusan biasanya dibuat melalui diskusi, persuasi, dan, dalam beberapa kasus, kompromi di antara anggota.

9. Pengambilan Keputusan

Menurut Aghnia Wulandari et al (2024:34), pengambilan keputusan adalah: “Pengambilan keputusan merupakan hal krusial yang perlu dilakukan dalam berbagai situasi dan masalah yang harus diatasi dan dipecahkan, termasuk dalam pengelolaan organisasi”.

10. Decision Support Systems (DSS)

Menurut David Bourgeois, Joseph Mortati, Shouhong Wang, dan James Smith (2019:154), definisi dari *decision Support Systems (DSS)* sebagai berikut: “Sistem pendukung keputusan (DSS) membantu organisasi membuat keputusan atau serangkaian keputusan tertentu. DSS dapat berada di berbagai tingkat pengambilan keputusan dalam organisasi, mulai dari CEO hingga manajer tingkat pertama. Sistem ini dirancang untuk menerima masukan mengenai proses pengambilan keputusan yang diketahui (atau sebagian diketahui) dan memberikan informasi yang diperlukan untuk membuat keputusan. DSS umumnya membantu seseorang di tingkat manajemen dalam proses pengambilan keputusan, meskipun beberapa dapat dirancang untuk mengotomatisasi pengambilan keputusan”.

Menurut Susmita Bandyopadhyay (2023:1), “Sistem informasi adalah fokus dari sistem pendukung keputusan (DSS)”.

11. Transaction Processing System (TPS)

Menurut Rainer, Prince, Sanchez-Rodriguez Ebrahimi, dan Spletstoesser (2023:297), *transaction processing system (TPS)* atau sistem pemrosesan transaksi mendukung pemantauan, pengumpulan, penyimpanan, dan pemrosesan data dari transaksi bisnis dasar organisasi. TPS mengumpulkan data secara terus menerus, biasanya secara *real-time*. TPS sangat penting bagi keberhasilan perusahaan atau bisnis mana pun karena mendukung operasi inti.

B. Penelitian Terdahulu

1. Woro Isti Rahayu¹, Shahieza Alfadia Shauqie, Nizar Abdul Kholiq (2023), *Perancangan Sistem Marketplace Pada Toko Sembako Berbasis Web*, Bandung.

Dari jurnal ini menyatakan bahwa perancangan sistem marketplace berbasis web untuk toko sembako bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan data pelanggan, transaksi, dan penjualan. Sistem ini memungkinkan admin untuk memanipulasi data serta menyediakan informasi yang lebih terstruktur bagi pelanggan. Dengan pendekatan model pengembangan waterfall, sistem ini dirancang melalui tahapan analisis, desain, pengkodean, pengujian,

dan pemeliharaan. Implementasi sistem ini diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi penjual dan pelanggan dalam mengakses informasi serta melakukan transaksi secara lebih cepat dan efektif.

2. Apriani Lumban Toruan, Saut Pintubipar Saragih (2022), *Sistem Informasi Penjualan Sembako Berbasis Web Pada Toko Villa Batam*, Batam: Universitas Putera Batam.

Dari jurnal ini menyatakan bahwa sistem informasi penjualan sembako berbasis web di Toko Villa Batam telah memberikan kemudahan dalam proses transaksi dan pengelolaan toko. Sistem ini dirancang untuk meningkatkan efisiensi penjualan dengan memungkinkan pelanggan melihat produk secara online, memilih metode pembayaran, serta mengelola transaksi dengan lebih sistematis. Dengan penggunaan teknologi database, server lokal, dan bahasa pemrograman, sistem ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan serta mendukung operasional toko secara lebih efektif dibandingkan metode pencatatan manual sebelumnya. Implementasi sistem ini juga diharapkan mampu meningkatkan daya saing usaha dan memberikan manfaat berkelanjutan bagi pemilik toko dan pelanggan.

3. Dadan Zaliluddin, Rohmat (2018), *Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web (Studi Kasus Pada Newbiestore)*, Majalengka: Infotech Journal.

Jurnal ini membahas tentang perancangan sistem informasi penjualan berbasis web untuk Newbiestore, sebuah usaha penjualan pakaian di Majalengka. Saat ini, Newbiestore masih menggunakan sistem penjualan konvensional yang membatasi jangkauan pemasaran dan efisiensi transaksi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan sistem berbasis web menggunakan metodologi pengembangan perangkat lunak Waterfall dan

pemodelan Unified Modeling Language (UML). Dengan adanya sistem ini, Newbiestore dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam mengelola transaksi penjualan, memperluas jangkauan pasar, serta memberikan informasi produk yang lebih baik kepada pelanggan. Implementasi sistem ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing Newbiestore dalam industri pakaian melalui penggunaan teknologi informasi yang lebih modern dan terintegrasi.

4. Mochammad Darip (2025), *Desain dan Implementasi Sistem Informasi Pemesanan Berbasis Algoritma FIFO di E-commerce YÖ Kita (CV. Mitra Fikri Grocery)*, Majalengka: Infotech Journal.

Jurnal ini membahas desain dan implementasi sistem informasi pemesanan berbasis algoritma FIFO di e-commerce Yö Kita, yang dikembangkan oleh CV. Mitra Fikri Grocery. Dengan meningkatnya transaksi e-commerce di Indonesia, perusahaan ini menghadapi tantangan dalam manajemen pemesanan dan pengelolaan stok. Implementasi sistem berbasis algoritma FIFO bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional, dengan hasil yang menunjukkan penurunan waktu tunggu pemrosesan pesanan hingga 20%, pengurangan risiko overstock dan understock sebesar 15%, serta percepatan waktu pengiriman rata-rata sebesar 25%. Selain itu, penerapan sistem ini juga meningkatkan kepuasan pelanggan, memperluas jangkauan pemasaran, dan meningkatkan akurasi dalam pengelolaan stok dan distribusi barang. Dengan demikian, penelitian ini membuktikan bahwa digitalisasi sistem pemesanan berbasis algoritma FIFO dapat memberikan solusi yang efektif dalam meningkatkan efisiensi bisnis di sektor e-commerce.

5. Stephano W.C.Ngangi, Christian Alderi J.S, Eric Alfonsius, Dodisutarma Lapihu, I Gusti Ngurah A.P (2023), *Sistem Informasi Penjualan Sparepart Motor Berbasis Website (Studi Kasus Pada Bengkel Motorindo)*, Lampung:

Journal of Information Technology, Software Engineering and Computer Science (ITSECS).

Jurnal ini membahas perancangan dan implementasi sistem informasi penjualan sparepart motor berbasis website pada Bengkel Motorindo di Palu. Sistem ini dikembangkan untuk mengatasi keterbatasan metode penjualan konvensional yang masih dilakukan secara manual, sehingga memperlambat proses transaksi dan pencatatan stok. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah SDLC model waterfall, dengan tahapan analisis, desain, implementasi, pengujian, dan pemeliharaan. Pengujian sistem dilakukan menggunakan metode blackbox, yang menghasilkan tingkat keberhasilan sebesar 95,83%, menunjukkan bahwa sistem yang dibangun memiliki fungsionalitas yang baik. Implementasi sistem ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi penjualan, mempercepat proses transaksi, serta mempermudah pengelolaan stok dan laporan penjualan. Selain itu, sistem ini berpotensi untuk memperluas jangkauan pemasaran Bengkel Motorindo melalui platform digital. Namun, penelitian ini masih memiliki keterbatasan, seperti perlunya hosting untuk akses online dan pengembangan fitur chat untuk interaksi pelanggan yang lebih baik.

