

**MODEL SISTEM INFORMASI MANAJEMEN PADA
DISTRIBUTOR MASKER WAJAH ORGANIK**



Disusun Oleh:

N a m a : Natasya Ulfa Nabilla

NIM : 17523184

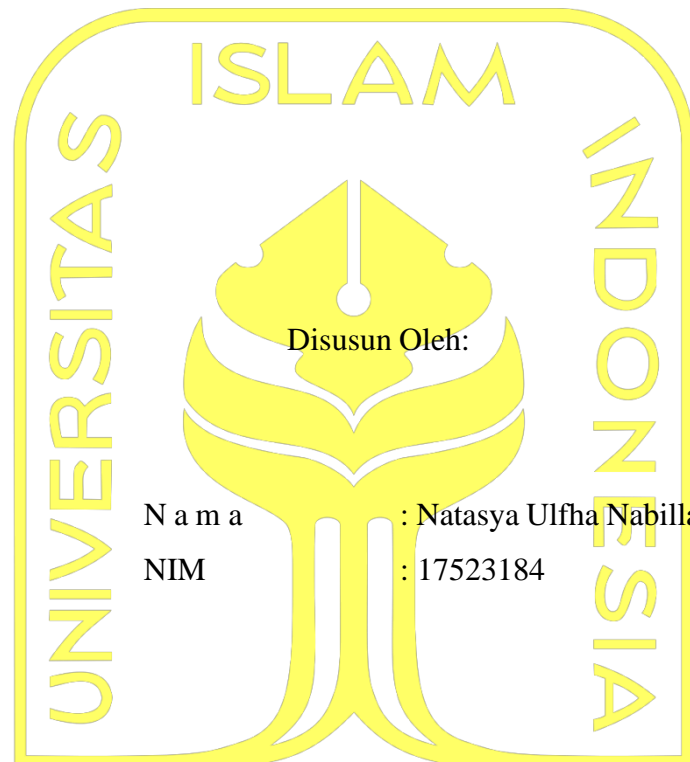
**PROGRAM STUDI INFORMATIKA – PROGRAM SARJANA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2022

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

**MODEL SISTEM INFORMASI MANAJEMEN PADA
DISTRIBUTOR MASKER WAJAH ORGANIK**

TUGAS AKHIR JALUR PENELITIAN



N a m a : Natasya Ulfa Nabilla
NIM : 17523184

الجامعة الإسلامية
الابن سينا
الابن سينا

Yogyakarta, 8 Mei 2022

Pembimbing,

(Dr. Syarif Hidayat, S. Kom., M.IT)

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

MODEL SISTEM INFORMASI MANAJEMEN PADA DISTRIBUTOR MASKER WAJAH ORGANIK

TUGAS AKHIR

Telah dipertahankan di depan sidang penguji sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer dari Program Studi Informatika – Program Sarjana di Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta, 3 Juni 2022

Tim Penguji

Dr. Syarif Hidayat, S.Kom., M.I.T.

Anggota 1

Hendrik, S.T., M.Eng.

Anggota 2

Kholid Haryono, S.T., M.Kom.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Informatika – Program Sarjana

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia



(Dr. Raden Teduh Dirgahayu, S.T., M.Sc.)

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Natasya Ulfha Nabilla
NIM : 17523184

Tugas akhir dengan judul:

MODEL SISTEM INFORMASI MANAJEMEN PADA DISTRIBUTOR MASKER WAJAH ORGANIK

Menyatakan bahwa seluruh komponen dan isi dalam tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti ada beberapa bagian dari karya ini adalah bukan hasil karya sendiri, tugas akhir yang diajukan sebagai hasil karya sendiri ini siap ditarik kembali dan siap menanggung risiko dan konsekuensi apapun.

Demikian surat pernyataan ini dibuat, semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 8 Mei 2022



(Natasya Ulfha Nabilla)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan hasil tertulis dari perjalanan masa perkuliahan saya kepada keluarga besar saya. Kepada Ayah yang luar biasa yang telah mampu menjadi pendengar luar biasa baiknya terhadap keluh kesah selama perjalanan kehidupan saya, ibu yang juga tidak kalah luar biasanya, yang tidak pernah berhenti menjadi alarm nomor satu terhadap kesehatan saya, adik-adik yang telah menjadi salah satu semangat saya untuk menjadi kakak yang baik dan berusaha memberikan contoh yang baik kepada mereka. Juga kepada nenek yang senantiasa menjadikan saya teman curhat. Tahun ini adalah tahun ke-delapan saya merantau, dan membuat saya semakin sadar bahwa sejauh apapun seorang anak pergi, pada akhirnya keluarga adalah sebaik-baiknya tempat kembali.

Tak lupa teman-teman saya, meski tak banyak. Namun, semuanya sangat memiliki arti yang membekas dalam perjalanan saya. Salah satunya adalah Sarah Annisa yang telah bersedia menjadi teman saya selama sembilan tahun terakhir, bersedia meminjamkan telinga dan pundaknya untuk mendengar dan memberi sandaran.

Dan tentu saja untuk diri sendiri, yang telah melewati banyak suka dan duka selama masa perkuliahan. Meski, tidak lulus tepat waktu, saya yakin ini adalah waktu terbaik yang telah Allah berikan. Setelah Allah berikan banyak pelajaran hidup, dan waktu untuk perkenalan yang luar biasa dengan diri saya versi 20tahun-an. Semoga saya tidak luput mensyukuri semua kuasa-Nya.

HALAMAN MOTO

“Your twenties are time you are supposed to be fighting it out”

John Mayer

“There is only one way to learn. It's through **action**. Everything you need to know you have learned through your journey”

Paulo Coelho – The Alchemist

“What makes the great ones the greates ones is that they understand that daily discomfort is the price of enduring success”

Robin Sharma – 5 Am Club

“Keridhaan semua manusia adalah suatu hal yang mustahil untuk dicapai, dan tidak ada jalan untuk terselamatkan dari lidah mereka, maka lakukanlah apa yang bermanfaat untuk dirimu dan berpegang teguhlah kepada-Nya”

Imam Syafi'i

KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah Subhanahu wa Ta'ala, atas berkat rahmat dan izin-Nya, Peneliti dapat menyelesaikan dan melewati fase pengerjaan tugas akhir ini.

Tugas akhir ini berjudul “Model Sistem Informasi Manajemen pada Distributor Masker”. Penelitian tugas akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi hasil akhir masa perkuliahan yang dilakukan Peneliti sebagai salah satu syarat meraih gelar Strata-1 Jurusan Informatika.

Begitu banyak hal yang Peneliti pelajari selama pengerjaan tugas akhir ini, bukan hanya ilmu secara ilmiah. Namun, pelajaran-pelajaran hidup yang begitu berharga. Mengerjakan tugas akhir selama pandemi, terinfeksi virus corona dua kali. Terkena efek samping covid, yaitu parosmia (gangguan penciuman berupa perubahan bau menjadi yang bau tidak menyenangkan) selama setahun terakhir. Membuat Peneliti semakin menyadari bahwa manusia hanya bisa berencana. Sesungguhnya Allah tidaklah menakdirkan sesuatu untuk seorang mukmin melainkan pasti itulah yang terbaik untuknya. Kehilangan sosok nenek yang sangat dekat dengan Peneliti selama masa pengerjaan tugas akhir. Membuat Peneliti sadar betapa menyakitkan rasanya kehilangan.

Selama pengerjaan tugas akhir ini, ada banyak dorongan, bimbingan, arahan, serta bantuan baik secara ilmiah maupun non ilmiah yang Peneliti terima. Sehingga banyak rasa syukur kepada Allah, sebab telah mempertemukan Peneliti dengan hamba hamba-Nya yang baik. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah Subhanahu wa Ta'ala yang atas rahmat dan karunia-Nya memberikan Peneliti kesehatan, kesempatan, dan kegigihan dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
2. Ayah dan Ibu yang telah memberikan ridho dan kasih sayang.
3. Bapak Hendrik, S.T., M.Eng., selaku Ketua Jurusan Informatika Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Dr. Raden Teduh Dirgahayu, S.T., M.Sc., selaku Kaprodi Informatika, Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Dr. Syarif Hidayat, S.Kom., MIT., Selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir. Terima kasih atas ilmu, bimbingan, dorongan, serta saran selama penulisan tugas akhir ini.

6. Bapak Hanson Prihantoro Putro S.T M.T., selaku Dosen Pembimbing Akademik Peneliti. Terima kasih atas saran dan bantuan selama masa perkuliahan ini.
7. Seluruh Dosen dan Staf prodi Informatika. Terima kasih untuk ilmu yang telah diberikan selama menuntut ilmu di prodi ini.
8. Eldey, yang telah menjadi semangat Peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga kelak menjadi brand yang dapat menjadi salah satu kebanggaan Informatika.
9. Team Eldey, yaitu Zada, Witut, Adel, Alfath, Arif, Daffa yang menjadi bagian Peneliti dalam mengembangkan diri, bahwasannya apresiasi terbesar Peneliti kepada kalian yang setahun terakhir tidak pernah letih terlibat dalam berbagai perlombaan dan pengembangan Eldey, hingga akhirnya produk perdana launching dan dapat memberi manfaat untuk orang banyak.
10. Sarah Annisa, yang telah menjadi pendengar, penasihat serta sahabat terbaik selama 10 tahun terakhir ini
11. Ti Fitri dan Janah yang senantiasa memberikan semangat dan partner dalam pengerjaan tugas akhir ini.
12. Teman-teman Informatika 2017 (Pixel) yang sudah membersamai perjalanan masa perkuliahan. Terkhusus: Nauli, Tika, Yani, Nisa, Tika 2.
13. Teman-teman Alumni Daarul Quran Putri Cikarang – Grafelucia, yang menjadi keluarga kedua. Terkhusus: Mila, Sarah, Nazhiha, Asol. Serta Grafelucia Jogja: Wafa, Gia, Witut, Janah, Ashfa, Mutia, Ijul, Unyil, Mbak Ayu, Pira.

Yogyakarta, 8 Mei 2022



(Natasya Ulfha Nabilla)

SARI

Model sistem informasi manajemen merupakan seperangkat gabungan sistem informasi yang memberikan penawaran peluang bagi bisnis untuk mengubah data yang mentah menjadi informasi yang bermakna dan berguna, untuk membangun rencana strategi yang efektif, serta menciptakan wawasan taktis dan operasional untuk pengambilan keputusan dalam jangka waktu tertentu.

Permasalahan pada penelitian ini adalah data yang dimiliki oleh distributor terkait data penjualan, reseller serta produk masih berupa tabel yang menyebabkan pemilik bisnis kesulitan mendapatkan wawasan untuk membuat keputusan. Tujuan utama dari penelitian ini adalah memanfaatkan data mentah yang dimiliki oleh distributor menjadi informasi yang dapat bermanfaat untuk pengambilan keputusan.

Hasil dari penelitian ini adalah model sistem informasi manajemen ini dapat menampilkan performa kegiatan distribusi pada perusahaan baik dalam proses penjualan, manajemen reseller yang dapat digunakan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan dalam proses penjualan.

Kata kunci: sistem informasi, manajemen, distributor, *reseller*.

GLOSARIUM

Distributor	pihak yang mendistribusikan barang dari produsen ke konsumen secara langsung maupun tidak langsung.
<i>Reseller</i>	pihak yang menjadi pemasok barang dengan cara membeli barang dari distributor untuk dijual kembali.
Sistem Informasi	jaringan komponen yang saling terintegrasi dan terkoordinasi, yang digabungkan bersama untuk mengubah data menjadi informasi.
<i>Dashboard</i>	<i>tool</i> yang memvisualisasikan data yang mumpuni, sebab data yang disajikan adalah informasi hasil kesimpulan data-data yang tersedia.
Data <i>dummy</i>	data buatan atau palsu yang digunakan untuk dipergunakan sebagai data contoh atau sampel dalam proses percobaan aplikasi.
Manajemen	seni dan ilmu pencatatan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan dan pengawasan terhadap sumber daya untuk mencapai tujuan bersama.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
SARI.....	ix
GLOSARIUM	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	16
1.1 Latar Belakang Masalah.....	16
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Metodologi Penelitian	4
1.7 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Proses Bisnis Distributor Masker Organik.....	7
2.2.1 Proses Pembelian Barang kepada Produsen.....	8
2.2.2 Proses Penjualan Barang kepada <i>Reseller</i>	9
2.3 Dasar Teori.....	10
2.3.1 Sistem Informasi Manajemen.....	10
2.3.2 Peran Sistem Informasi Manajemen	10
2.3.3 Manajemen	11
2.3.4 Sistem Informasi Distributor	11
2.3.5 Distributor	11
2.3.6 <i>Reseller</i>	12
2.3.7 Konsep Data, Informasi dan Pengetahuan	12
2.3.8 Data	12
2.3.9 Informasi	13
2.3.10 Pengetahuan.....	13
2.3.11 Dimensi Sistem Informasi	13
2.3.12 Konsep Dasar Sistem Informasi	14
2.3.13 Tipe Sistem Informasi	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	16
3.1 Metode Pengumpulan Data.....	16
3.2 Identifikasi Masalah.....	16
3.3 Kebutuhan Infrastruktur Sistem.....	17
3.4 Perancangan Sistem	17
3.5 Gambaran Umum Sistem.....	17
3.6 Diagram <i>Use Case</i>	18
3.7 Perancangan Antarmuka	19
3.8 Perancangan Basis Data	22

	xii
3.8.1 ERD (<i>Entity Relationship Diagram</i>)	22
3.8.2 Struktur Basis Data.....	23
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN SISTEM	27
4.1 Implementasi Sistem	27
4.1.1 Implementasi Sistem Informasi.....	27
4.2 Pengujian <i>User Acceptance Test</i>	38
4.3 Evaluasi.....	44
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	46
5.1 Kesimpulan	46
5.2 Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	2

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pengidentifikasian Masalah	16
Tabel 3.2 Kebutuhan Infrastruktur Sistem	17
Tabel 3.3 Tabel penjelasan <i>use case</i>	18
Tabel 3.4 Tabel Provinsi	23
Tabel 3.5 Tabel Kabupaten/Kota	23
Tabel 3.6 Tabel Reseller	24
Tabel 3.7 Tabel Produk	24
Tabel 3.8 Tabel Transaksi	25
Tabel 3.9 Tabel Detail Transaksi	25
Tabel 4.1 Bobot Jawaban	39
Tabel 4.2 Hasil Pengujian <i>User Acceptance Test</i> oleh Admin	39
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Sistem pada Aktor Manajer	40
Tabel 4.4 Rekapitulasi Hasil Pengujian terhadap Admin dan Manajer	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Analisis Masker Organik pada Google <i>Trend</i>	2
Gambar 1.2 Visualisasi Laporan Penjualan Masker Organik	2
Gambar 2.1 Proses Pembelian Barang ke Produsen	8
Gambar 2.2 Proses Penjualan Barang ke <i>Reseller</i>	9
Gambar 2. 3 Dimensi Sistem Informasi	13
Gambar 3.1 Diagram <i>use case</i>	18
Gambar 3.2 Rancangan antarmuka halaman login	20
Gambar 3.3 Rancangan antarmuka halaman <i>dashboard</i> admin	20
Gambar 3.4 Rancangan antarmuka halaman daftar produk	21
Gambar 3.5 Rancangan antarmuka halaman tambah barang	21
Gambar 3.6 Rancangan antarmuka halaman tambah transaksi	22
Gambar 3.7 Relasi antar tabel	23
Gambar 4.1 Logo Sistem Informasi Distributor	27
Gambar 4.2 Halaman login admin	27
Gambar 4.3 Halaman <i>Dashboard</i> Administrator	28
Gambar 4.4 Halaman Daftar Produk	28
Gambar 4.5 Halaman Daftar Produk	29
Gambar 4.6 Halaman Daftar Reseller	29
Gambar 4.7 Halaman Tambah Reseller	30
Gambar 4.8 Halaman Daftar Transaksi	30
Gambar 4.9 Halaman Tambah Transaksi	31
Gambar 4.10 Halaman Login Manajer	31
Gambar 4.11 Halaman Dashboard Laporan Manajer	32
Gambar 4.12 Visualisasi Jumlah Reseller	32
Gambar 4.13 Visualisasi Total Transaksi	33
Gambar 4.14 Visualisasi Total Kuantitas	33
Gambar 4.15 Visualisasi Total Penghasilan	33
Gambar 4.16 Visualisasi Transaksi	34
Gambar 4.17 Visualisasi Perbandingan Transaksi	34
Gambar 4.18 Visualisasi Perbandingan Transaksi	34
Gambar 4.19 Visualisasi Perbandingan Transaksi Penjualan	35
Gambar 4.20 Hasil 10 Reseller Terbaik	36

Gambar 4.21 Visualisasi Perbandingan Transaksi Penjualan.....	37
Gambar 4.22 Visualisasi Perbandingan Transaksi Penjualan.....	37
Gambar 4.23 Visualisasi Persebaran Penjualan.....	38
Gambar 4.24 Halaman Dashboard <i>Forecast</i> Manajer	38

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kosmetika adalah bahan baku atau campuran bahan untuk digosokkan, diletakkan, dituangkan, dipercikkan atau disemprotkan pada, dimasukkan dalam, dipergunakan pada badan manusia dengan maksud untuk membersihkan, memelihara, menambah daya tank dan mengubah rupa dan tidak termasuk obat (Sriwidodo, 2019).

Menurut (Sriwidodo, 2019), ada beberapa jenis kosmetika, yaitu kosmetika tradisional dan kosmetika semi-tradisional. Kosmetika tradisional merupakan kosmetika yang terdiri dari bahan-bahan yang berasal dari alam dan diolah secara tradisional. Ada Pula kosmetika semi-tradisional, di mana kosmetika tradisional merupakan hasil pengolahan dengan cara modern dengan pencampuran zat-zat kimia sintetik ke dalamnya. Seperti bahan pengawet, pengemulsi dan lain-lain.

Di era disrupsi dan digitalisasi seperti sekarang, membawa banyak perubahan perilaku pada manusia sebagai konsumen. Salah satu perubahan perilaku terjadi pada industri kosmetik, industri ini merupakan salah satu industri yang dinilai akan tetap kuat bahkan saat terjadi perselisihan ekonomi. Meningkatnya permintaan akan produk kosmetik menciptakan peluang potensial bagi para pelaku industri kecantikan terdahulu dan pemula untuk berinovasi dan mengembangkan produk baru sesuai dengan preferensi konsumen. Salah satu produk perawat kulit yang mengalami peningkatan permintaan oleh konsumen adalah masker wajah organik.

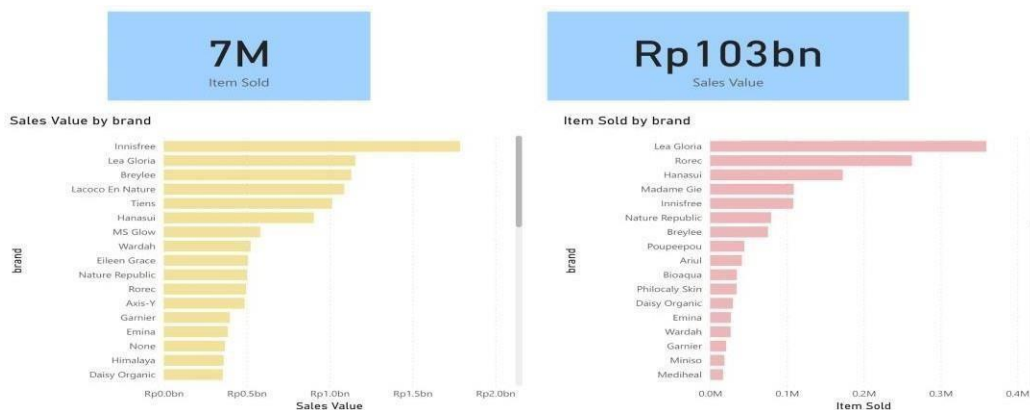
Masker wajah merupakan salah satu produk kecantikan yang paling umum digunakan untuk peremajaan kulit. Dalam industri kecantikan saat ini, bahan-bahan herbal menjadi salah satu bahan yang sangat diminati karena sejarah dan tradisionalitasnya (Nilforoushzadeh et al., 2018).

Seperti pada Gambar 1.1 didapatkan hasil analisis pencarian dengan kata kunci masker organik dengan menggunakan Google *trend* periode tahun 2020 sampai 2021 tergolong stabil sejak maraknya penjualan masker wajah organik pada awal tahun 2020.



Gambar 1.1 Hasil Analisis Masker Organik pada Google *Trend*

Gambar 1.2 menunjukkan hasil laporan penjualan masker organik di *platform* Shopee dan Tokopedia selama bulan Agustus 2021. Dapat dilihat bahwa terjadi penjualan sebesar 7 juta produk terjual dan 103 miliar rupiah total penjualan. Angka yang didapat merupakan angka yang cukup besar dan menandakan masker organik masih menjadi salah satu jenis produk yang potensial.



Gambar 1.2 Visualisasi Laporan Penjualan Masker Organik di Shopee dan Tokopedia pada Bulan Agustus 2021

Masyarakat Indonesia yang tinggal di daerah beriklim tropis sangat rentan terhadap beragam masalah kulit, diantaranya mengalami kekeringan pada kulit yang disebabkan oleh berkurangnya kadar kelembaban pada kulit (Fidiastuti, 2019).

Adanya integritas koneksi internet dan jejaring sosial menjadi sebuah kemudahan bagi konsumen untuk mengetahui informasi dari produk perawatan kulit yang akan ia beli (Syauki & Amalia Avina, 2020). Dalam pendistribusian produk menuju konsumen, distributor memanfaatkan adanya *reseller*. *Reseller* merupakan pihak yang berperan menjual kembali masker wajah organik yang diperoleh dari distributor dengan mendapatkan harga lebih rendah dari harga pasar.

Dengan meningkatnya permintaan produk masker wajah organik tersebut, maka menyebabkan terjadinya penambahan minat yang signifikan baik terhadap konsumen, pelaku bisnis, dan pihak yang menjual kembali produk tersebut atau yang disebut dengan *reseller*. Hal ini tentu saja menjadi tantangan bagi distributor selaku pelaku industri. Mulai dari melakukan pengelolaan pada *reseller*, memberikan inovasi produk yang cepat, hingga kebutuhan konsumen yang meningkat dan beragam.

Hal ini tentu saja mengharuskan distributor untuk dapat menetapkan keputusan dengan cepat dan tepat, serta menyebabkan distributor membutuhkan sebuah *tools* yang dapat membantu melakukan analisis dan mengelola data menjadi sebuah informasi yang layak untuk dijadikan acuan dalam mengambil keputusan. Data yang dimiliki oleh setiap pelaku bisnis bertambah setiap harinya. Namun, data mentah yang diperoleh pihak pengelola bisnis bergantung pada kemampuan organisasi untuk menganalisis data tersebut (Michalewicz, Schmidt, Michalewicz, & Chiriac, 2006). Saat ini data dan informasi dianggap sebagai aset yang paling berharga pada sebuah organisasi perusahaan karena dapat membantu karyawan membuat keputusan dengan percaya diri untuk masa depan (Chugh & Grandhi, 2013). Dengan banyaknya data yang harus diolah, pengelola bisnis membutuhkan waktu yang tidak sebentar untuk memprosesnya agar dapat menjadi acuan pengambilan keputusan.

Salah satu solusi untuk menghadapi tantangan tersebut adalah dengan memilih strategi dan langkah yang cepat dan tepat. Penerapan sistem informasi manajemen yang tepat sangat diperlukan guna mempermudah dan mempercepat distributor dalam pengambilan keputusan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti melakukan pemodelan sistem informasi manajemen pada distributor masker wajah organik.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diperoleh, dapat disimpulkan rumusan masalah yang akan diselesaikan adalah data yang dimiliki distributor terkait data penjualan, *reseller* serta

produk masih berupa tabel yang menyebabkan pemilik bisnis kesulitan mendapatkan wawasan untuk membuat keputusan.

1.3 Batasan Masalah

Supaya dalam merancang dan mengimplementasikan sistem ini tidak bias, terdapat batasan masalah, yaitu:

1. Pembangunan sistem informasi manajemen pada distributor untuk admin guna mengolah data.
2. Penelitian ini berfokus pada penjualan produk, *reseller*, dan rekap produk.
3. Berfokus pada visualisasi yang digunakan manajer untuk melihat laporan penjualan produk.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Melakukan penerapan sistem informasi manajemen pada distributor masker wajah organik.
2. Mendapatkan informasi terkait laporan penjualan pada distributor masker wajah organik.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan dilaksanakannya penelitian ini, manfaat yang diharapkan dapat diperoleh adalah:

1. Memaksimalkan pengolahan data yang dimiliki oleh distributor agar dapat dijadikan sebuah informasi yang memberikan potensi.
2. Dapat dijadikan sebagai pertimbangan oleh distributor dalam mengambil langkah dan kebijakan dengan adanya visualisasi yang disediakan.
3. Untuk memanfaatkan pengetahuan yang didapatkan dari data yang telah diolah guna memperoleh strategi yang tepat dalam proses penjualan.
4. Membantu distributor dalam melihat *trend* dan mengalokasikan sumber daya dengan lebih efektif

1.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Studi Pustaka

Metode ini bertujuan untuk mempelajari laporan penelitian maupun jurnal ilmiah yang memiliki keterkaitan dengan penerapan sistem informasi manajemen. Diharapkan dapat memberikan referensi untuk diimplementasikan pada sistem yang sesuai serta dapat digunakan sebagai penunjang dalam pengerjaan tugas akhir ini.

2. Kuesioner

Metode ini digunakan dalam melakukan pengujian *user acceptance test* sebagai proses verifikasi bahwasanya sistem informasi manajemen yang dibuat sudah sesuai dengan pengguna.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan serta garis besar yang digunakan dalam isi laporan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab I ini memuat secara keseluruhan penelitian secara ringkas. Bagian yang terdapat dalam bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II

LANDASAN TEORI

Pada bab II ini berisikan dasar teori yang berkaitan dengan konsep sistem informasi, landasan teori, basis data, serta teori yang berkaitan dan diperlukan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab III ini meliputi metode pengumpulan data yang digunakan, analisis kebutuhan perangkat lunak, perancangan antarmuka.

BAB IV

IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN SISTEM

Pada bab IV menjelaskan bentuk implementasi model sistem informasi manajemen pada distributor masker wajah organik.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V menjelaskan terkait kesimpulan dari penelitian serta semua proses yang telah dilakukan dan saran yang dapat diberikan sebagai masukan untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dapat menjadi acuan dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu juga merupakan sebuah upaya untuk mencari sisi perbandingan yang selanjutnya dapat menjadi salah satu langkah dalam menemukan inspirasi untuk penelitian ini. Penelitian yang dilakukan oleh (Koespradipta, 2018). Tujuan dari penelitian ini adalah membangun sebuah sistem dengan menerapkan teknik visualisasi data yang dapat membantu Dinas Kesehatan dalam memahami data pendeteksi dini indikasi Kejadian Luar Biasa. Hasil dari penelitian ini adalah sistem yang dibangun dapat menampilkan visualisasi indikasi kejadian luar biasa sesuai kebutuhan dinas kesehatan kabupaten Sleman.

Selanjutnya, penelitian oleh (Marni Waruwu & Wulandari, 2020). Tujuan dari penelitian ini adalah membuat rancangan visualisasi informasi data *warehouse* dan *dashboard system* data perguruan tinggi di universitas mercubuana Jakarta. Hasil dari penelitian ini adalah rancangan khusus data *warehouse* dan *dashboard system* yang dirancang untuk dapat mengelola dan menampilkan data yang telah dikelola dalam bentuk visualisasi informasi yang dibutuhkan pimpinan perguruan tinggi.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, peneliti melakukan penelitian terhadap model sistem informasi manajemen pada distributor masker wajah organik. Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan pengintegrasian data pada sistem informasi manajemen untuk digunakan dalam membangun visualisasi terhadap laporan penjualan yang akan digunakan oleh manajer dari distributor masker wajah organik guna sebagai acuan dalam mendapatkan informasi.

2.2 Proses Bisnis Distributor Masker Organik

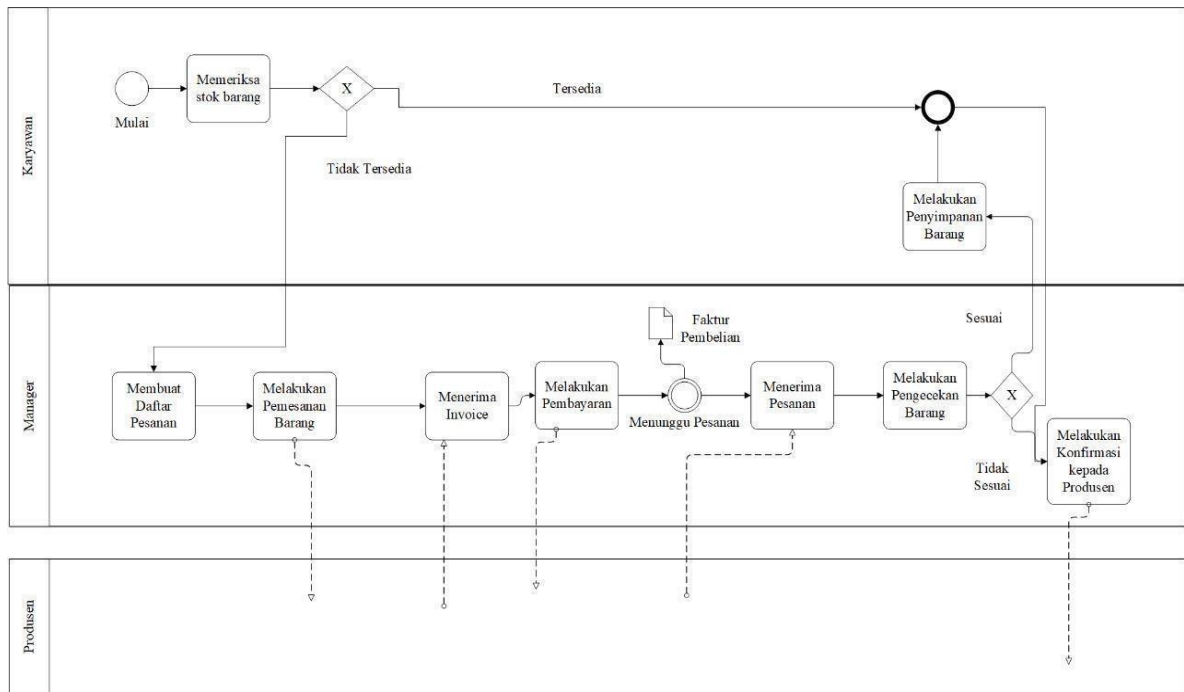
Proses bisnis terdiri dari serangkaian kegiatan yang dikerjakan dengan koordinasi dalam lingkup organisasi maupun teknis. Setiap proses bisnis dilakukan oleh satu pihak, tetapi dapat berinteraksi dengan pihak lainnya (Mathias Weske, 2007).

Setiap distributor masker organik memiliki keterkaitan dengan pabrik atau maklon pengolahan masker organik. Serta keterkaitan dengan *reseller* selaku penjual kembali terhadap konsumen. Adapun kegiatan yang dilakukan oleh distributor harus mampu melakukan proses bisnis sebagai berikut:

- a. Proses pembelian barang ke produsen
- b. Proses penjualan barang ke *reseller*

2.2.1 Proses Pembelian Barang kepada Produsen

Aktor yang terlibat dalam proses pembelian barang ke produsen adalah produsen, manajer dan karyawan. Proses bisnis pembelian barang ke produsen dapat dilihat pada Gambar 2.1



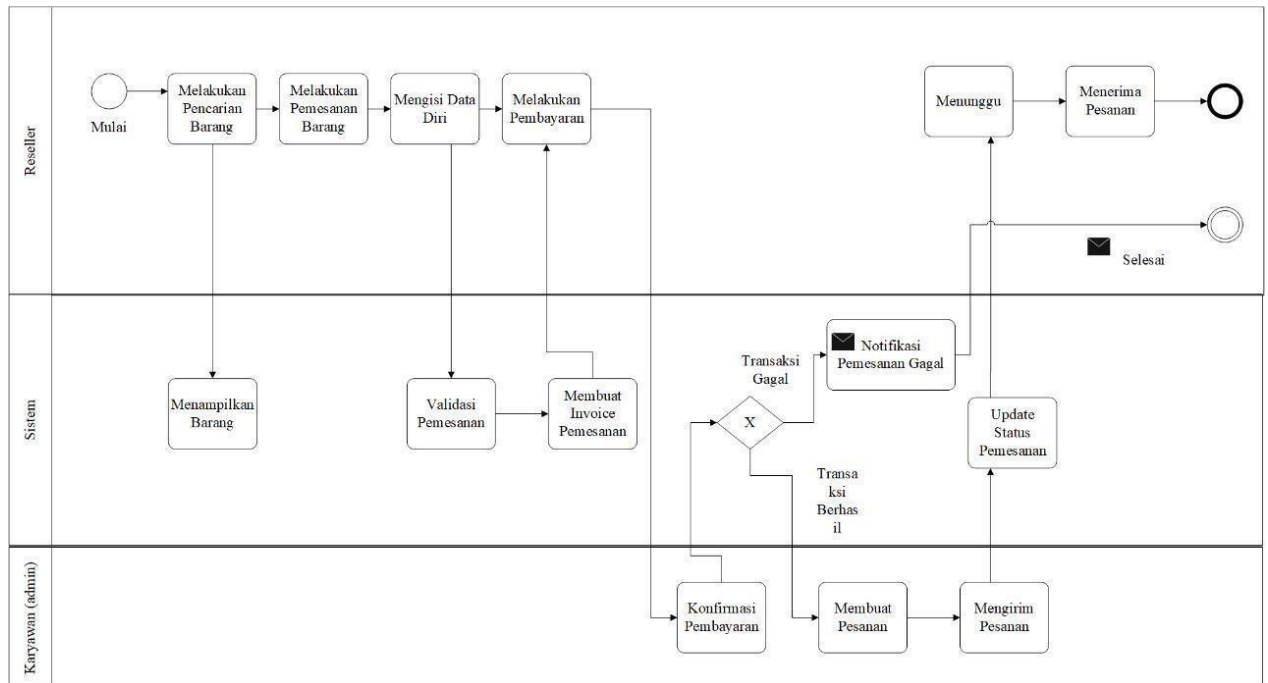
Gambar 2.1 Proses Pembelian Barang ke Produsen

Alur dari proses pembelian barang ke produsen, yaitu:

1. Karyawan memeriksa stok barang.
2. Jika stok masih tersedia, maka pemesanan barang tidak dilakukan, dan proses selesai.
3. Jika stok kosong atau butuh penambahan, maka pemesanan dilakukan.
4. Manajer membuat pemesanan barang.
5. Manajer melakukan pemesanan barang ke produsen.
6. Produsen memberikan *invoice* pemesanan.
7. Manajer melakukan pembayaran ke produsen.
8. Manajer menerima pesanan barang serta faktur pembelian barang dari produsen.
9. Manajer melakukan pengecekan barang sesuai faktur pembelian barang.
10. Jika barang pesanan tidak sesuai faktur, maka manajer melakukan konfirmasi kepada produsen.
11. Jika pesanan sudah sesuai faktur, karyawan melakukan penyimpanan barang.

2.2.2 Proses Penjualan Barang kepada *Reseller*

Aktor yang terlibat dalam proses pembelian barang ke produsen adalah *reseller*, karyawan(admin) dan sistem. Proses bisnis pembelian barang ke *reseller* dapat dilihat pada Gambar 2.2.



Gambar 2.2 Proses Penjualan Barang ke *Reseller*

Alur dari proses penjualan barang ke produsen, yaitu:

1. *Reseller* melakukan pencarian barang yang akan dibeli.
2. *Reseller* melakukan pemesanan barang.
3. *Reseller* mengisi data diri.
4. Sistem akan melakukan validasi pemesanan.
5. Sistem akan membuat *invoice* pemesanan.
6. *Reseller* menerima *invoice* pemesanan.
7. *Reseller* melakukan pembayaran.
8. Jika transaksi gagal, maka sistem akan mengirimkan notifikasi pemesanan gagal dan proses selesai.
9. Jika transaksi berhasil, maka admin akan melakukan konfirmasi pembayaran.
10. Admin menyiapkan pesanan dari *reseller*.
11. Admin mengirimkan pesanan ke *reseller*.

12. *Reseller* menerima pesanan.

2.3 Dasar Teori

Bagian ini merupakan pemaparan terkait teori-teori yang memiliki keterkaitan dengan tugas akhir yang dilakukan oleh peneliti.

2.3.1 Sistem Informasi Manajemen

Menurut (Rusdiana & Irfan, 2014), sistem informasi manajemen merupakan penerapan sistem informasi dalam organisasi untuk mendukung informasi-informasi yang dibutuhkan oleh semua tingkatan organisasi. Serta kumpulan dari sistem informasi dan bergantung pada besar kecilnya organisasi yang terdiri atas sistem-sistem informasi, seperti:

- a. Sistem informasi akuntansi (*accounting information system*), berfungsi memberikan informasi dari transaksi keuangan.
- b. Sistem informasi pemasaran (*marketing information system*), berfungsi menyediakan informasi untuk penjualan, promosi, kegiatan pemasaran, penelitian pemasaran dan sebagainya yang berkaitan dengan pemasaran.
- c. Sistem informasi manajemen persediaan (*inventory management systems*).
- d. Sistem informasi personalia (*personnel information systems*).
- e. Sistem informasi distribusi (*distribution information systems*).
- f. Sistem informasi pembelian (*purchasing information systems*).
- g. Sistem informasi kekayaan (*treasury information systems*).
- h. Sistem informasi analisis kredit (*credit analysis information systems*).
- i. Sistem informasi penelitian dan pengembangan (*research and development information systems*).
- j. Sistem informasi teknik (*engineering information systems*).

2.3.2 Peran Sistem Informasi Manajemen

Menurut (Rusdiana, Moch, Irfan, Kom, & Ramdhadi, 2014), secara umum terdapat tiga peran sistem informasi manajemen, yaitu:

- a. Meningkatkan Efisiensi Operasional
- b. Memperkenalkan Inovasi dalam Bisnis
- c. Membangun Sumber Informasi Strategis

2.3.3 Manajemen

Menurut (Rusdiana et al., 2014), definisi terkait manajemen dapat dijelaskan sebagaimana berikut:

- a. Manajemen merupakan sebuah proses. Artinya, seluruh kegiatan manajemen yang dijabarkan ke dalam empat fungsi manajemen dilakukan secara berkesinambungan dan semuanya bermuara pada pencapaian tujuan.
- b. Pencapaian tujuan dilakukan melalui serangkaian aktivitas yang dikelompokkan ke dalam fungsi-fungsi manajemen dan mencakup fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian.
- c. Pencapaian tujuan dilakukan secara efektif dan efisien. Efektivitas merujuk pada serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan. Adapun efisiensi menunjukkan pencapaian tujuan secara optimal dengan menggunakan sumber daya yang paling minimal.
- d. Pencapaian tujuan perusahaan dilakukan dengan memanfaatkan sumber daya organisasi.

2.3.4 Sistem Informasi Distributor

Sistem informasi distributor merupakan sebuah sistem yang mengelola data yang diolah dalam proses bisnis distributor, diantaranya mengelola data *reseller*, data produk, serta data transaksi penjualan. Dengan adanya laporan hasil penjualan, *reseller* serta data produk, maka dapat dipergunakan untuk mengelola dan menggunakan data tersebut sebagai acuan pengambilan keputusan.

2.3.5 Distributor

Distributor adalah organisasi atau pelaku usaha yang bergerak atas nama sendiri atau disebut juga penjual/pedagang yang mendapatkan produk yang dijual dari produsen (tangan pertama). Distributor melakukan pembelian langsung kepada produsen dalam proses pemasaran serta penjualan. Pada proses jual-beli yang terjadi antara distributor dan produsen, maka telah terjadi pemindahan hak kepemilikan barang. Saat distributor telah memiliki hak kepemilikan pada barang tersebut, maka distributor berhak menjual kembali barang tersebut kepada para pedagang, baik pedagang eceran maupun partai besar. Selanjutnya, pedagang telah memiliki hak untuk menjual kembali barang tersebut dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Menurut (Mudambi & Aggarwal, 2003), distributor merupakan perusahaan yang

berfungsi sebagai penyalur antara produsen suatu produk dengan pengguna bisnis. Menurut (Anderson, Hakansson, & Johanson, 1994), distributor merupakan sebuah perusahaan yang menjual kembali produk dan menyediakan beberapa hal ke produsen untuk digunakan dalam proses produksi berupa barang dan/atau jasa tertentu.

2.3.6 Reseller

Reseller adalah seorang pedagang yang menjualkan kembali produk orang lain (bukan produk yang diproduksi sendiri). Dalam proses jual-beli kepada distributor, *reseller* tidak mendapatkan upah secara langsung dari distributor barang tersebut. Namun, *reseller* mendapatkan harga khusus dari pihak distributor. Sehingga, pada akhirnya *reseller* mendapatkan keuntungan dari selisih harga khusus yang diberikan dengan harga yang dipasarkan. Menurut (Gupta, Malhotra, Czinkota, & Foroudi, 2016), preferensi sebuah *brand* terhadap *reseller* didasarkan pada permintaan yang diciptakan oleh *brand* di pasar konsumen. Semakin tinggi permintaan produk yang terjadi di pasar konsumen, maka semakin tinggi pula minat *reseller* dalam menjualkan kembali produk dari *brand* tersebut.

2.3.7 Konsep Data, Informasi dan Pengetahuan

Sebagian besar data telah terakumulasi dalam sebuah sistem informasi. Data ini bersifat administratif, logistik, komersial, dan sebagian besar berasal dari sumber eksternal. Meskipun telah dikumpulkan dan disimpan secara sistematis dan terstruktur, data tersebut belum bisa digunakan secara langsung untuk tujuan pengambilan keputusan. Data-data tersebut perlu melalui proses dengan *tools* ekstraksi yang tepat, serta metode analisis yang mampu mengubahnya menjadi informasi dan pengetahuan yang kemudian dapat digunakan oleh pengambil keputusan.

2.3.8 Data

Data adalah fakta yang diketahui atau hal-hal yang digunakan sebagai dasar penarikan kesimpulan atau perhitungan (Sanders, 2016). Pada umumnya, data mewakili kodifikasi terstruktur sebuah entitas primer tunggal, serta sebuah transaksi yang melibatkan dua atau lebih entitas utama (Vercellis, 2009). Menurut (Paass, Schneider, & Wrobel, 2009), data merupakan fakta-fakta yang bersifat akurat yang digunakan sebagai sebuah sumber perseptif, argumentasi atau desain. Dapat disimpulkan bahwa data merupakan sumber informasi abstrak mentah yang belum dapat memberikan makna sama sekali dikarenakan belum melalui proses pengolahan.

2.3.9 Informasi

Informasi adalah *tools* komunikasi atau tanggapan untuk mendapatkan pengetahuan atau kecerdasan (Paass et al., 2009). Menurut (Liu, 2013), informasi merupakan kumpulan nada penting yang memiliki kemampuan untuk menciptakan pengetahuan. Informasi merupakan sebuah fenomena, dimana terjadi proses komunikasi antar pengirim dan penerima pesan. Konsep informasi berfokus pada awal informasi berasal dan titik akhir dari proses komunikasi terjadi. Dapat disimpulkan bahwa informasi merupakan data yang sudah dapat diberikan makna berdasarkan pada konteks yang disajikan.

2.3.10 Pengetahuan

Pengetahuan merupakan sebuah respon yang tepat terhadap suatu *input* yang telah dimasukkan. Pengetahuan didapatkan dari hasil yang disepakati dari *input* yang diberikan (Sanders, 2016). Pengetahuan adalah informasi yang telah dimiliki pengguna. Ketika informasi diasimilasi secara tepat dan memadai, maka menghasilkan pengetahuan (Liu, 2013). Semua sumber mentah dimulai dari diperolehnya data untuk selanjutnya melalui proses pengolahan guna menghasilkan informasi, informasi yang saling berkesinambungan dapat menghasilkan pengetahuan yang siap untuk diaplikasikan, menyelesaikan masalah atau proses bisnis tertentu.

2.3.11 Dimensi Sistem Informasi

Menurut (Laudon & Laudon, n.d.), dalam mempelajari sistem informasi, perlu memahami lebih luas terkait dimensi sistem informasi, yaitu organisasi, manajemen dan teknologi informasi sistem seperti pada Gambar 2.3.



Gambar 2. 3 Dimensi Sistem Informasi
(Laudon & Laudon, n.d.)

a. Organisasi

Organisasi mempunyai struktur yang terdiri dari berbagai tingkatan dan spesialisasi. Struktur pada organisasi menjelaskan pembagian kerja yang jelas. Otoritas dan tanggung jawab dalam sebuah perusahaan bisnis diatur sebagai hierarki atau piramida struktur. Tingkat atas hierarki terdiri dari manajerial, profesional, dan karyawan teknis, sedangkan tingkat yang lebih rendah terdiri dari bagian operasional. Manajemen senior berperan membuat keputusan strategis dan jangka panjang terhadap produk dan jasa serta memastikan kinerja keuangan perusahaan. Manajemen menengah melaksanakan program dan rencana manajemen senior, dan manajemen operasional bertanggung jawab untuk melakukan pemantauan kegiatan bisnis sehari-hari.

b. Manajemen

Tugas dari manajemen adalah memahami berbagai situasi yang dihadapi oleh organisasi, membuat keputusan, dan merumuskan rencana aksi untuk memecahkan masalah organisasi. Tantangan bisnis yang dihadapi manajer di lapangan antara lain: menetapkan strategi organisasi untuk menjawab tantangan tersebut dan mengalokasikan sumber daya manusia dan keuangan untuk mengoordinasikan pekerjaan hingga mencapai kesuksesan.

c. Teknologi Informasi

Teknologi informasi merupakan salah satu dari beragam *tools* yang digunakan manajer untuk menghadapi berbagai perubahan. *Hardware* merupakan peralatan fisik yang digunakan untuk *input*, proses dan *output* dalam sistem informasi. Terdiri dari: komputer dengan berbagai ukuran dan bentuk. Beragam perangkat *input*, *output*, serta penyimpanan, dan perangkat telekomunikasi yang menghubungkan komputer bersama-sama. *Software* terdiri dari instruksi terperinci yang telah diprogram sebelumnya untuk mengontrol dan mengoordinasikan komponen *hardware* komputer dalam suatu sistem informasi.

2.3.12 Konsep Dasar Sistem Informasi

Sistem informasi merupakan sebuah sistem yang melibatkan berbagai teknologi informasi seperti komputer, perangkat lunak, *database*, sistem komunikasi, internet, dan banyak lagi. Guna melakukan tugas-tugas tertentu untuk berinteraksi dan menginformasikan berbagai aktor dalam konteks organisasi atau sosial (Boell & Cecez-Kecmanovic, 2015). Menurut (Anggadini, 2020), sistem informasi memuat berbagai informasi penting mengenai orang, tempat, dan segala sesuatu yang ada di dalam atau di lingkungan sekitar organisasi.

Menurut definisi tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa peran sistem informasi untuk memberikan informasi kepada manajemen yang memungkinkan mereka untuk dapat membuat keputusan dan membuat kepastian bahwa organisasi akan tetap terkendali dengan memenuhi kebutuhan pasar dengan informasi yang didapatkan.

2.3.13 Tipe Sistem Informasi

Menurut (Kuspriatni, 2019), sistem informasi terbagi menjadi kategori spesifik dari sistem yang melayani setiap level organisasi. Ada 6 tipe sistem informasi yaitu:

- a. *Transaction processing system* (TPS) adalah sistem komputerisasi yang berfungsi menjalankan dan melakukan penyimpanan terhadap transaksi yang dilakukan sehari-hari dalam menjalankan bisnis. Sistem ini dijalankan pada level operasional. *Input* yang dimasukkan berupa data transaksi dan kejadian. Proses yang dilakukan dalam sistem ini adalah pengurutan data, melihat data, pembaruan data. *Output* yang dikeluarkan dari sistem ini berupa laporan data yang detail, daftar lengkap dan ringkasan.
- b. *Knowledge work system* (KWS) merupakan sistem informasi yang mengintegrasikan dan membuat pengetahuan yang baru untuk digunakan oleh organisasi.
- c. *Office Automation Systems* (OAS) merupakan sistem komputer seperti pengolah kata, e-mail, dan sistem penjadwalan, yang bertujuan untuk meningkatkan produktivitas dari pekerja data pada sebuah organisasi.
- d. *Management Information Systems* merupakan sebuah sistem informasi yang digunakan pada *management-level* di sebuah organisasi yang menyediakan layanan fungsi-fungsi perencanaan, pengendalian dan pengembalian keputusan yang dibuat dengan menghasilkan ringkasan rutin dan laporan periodik.
- e. *Decision-support systems* (DSS) merupakan tipe sistem informasi pada *management-level* di sebuah organisasi yang menggabungkan data dan model analitis yang pelik guna mendukung pengambilan keputusan yang bersifat terstruktur dan semi terstruktur.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam penyusunan tugas akhir ini dibutuhkan data yang berkesesuaian dengan judul yaitu model sistem informasi distributor pada distributor masker wajah organik. Dalam pengumpulan data, peneliti melakukan hal berikut:

a. Studi Pustaka

Metode ini bertujuan untuk mempelajari laporan penelitian maupun jurnal ilmiah yang memiliki keterkaitan dengan penerapan sistem informasi manajemen. Diharapkan dapat memberikan referensi untuk diimplementasikan pada sistem yang sesuai serta dapat digunakan sebagai penunjang dalam pengerjaan tugas akhir ini.

b. Kuesioner

Metode ini digunakan dalam melakukan pengujian *user acceptance test* sebagai proses verifikasi bahwasanya sistem informasi manajemen yang dibuat sudah sesuai dengan pengguna.

3.2 Identifikasi Masalah

Dalam perancangan model sistem informasi manajemen pada distributor masker wajah organik membutuhkan proses pengidentifikasian masalah yang dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Pengidentifikasian Masalah

No	Pernyataan Masalah	Penyebab Masalah
1.	Strategi marketing yang dibuat dalam sistem penjualan tidak tepat sasaran.	Strategi marketing tidak dibuat berdasarkan data melainkan hanya secara random membuat strategi marketing.
2.	Data transaksi, produk dan <i>reseller</i> yang dimiliki tidak lengkap.	Tidak adanya sistem yang berfungsi untuk memudahkan sistem pembuatan laporan.
3.	Pembuatan <i>chart</i> , grafik, tabel untuk kebutuhan analisis yang rumit.	Dalam menyusun banyak data serta pembuatan analisis berupa <i>chart</i> , grafik serta tabel memakan waktu yang lama dan membutuhkan banyak informasi.
4.	Data yang dimiliki belum terintegrasi.	Kurangnya informasi dan waktu untuk mengintegrasikan satu data dan data lainnya yang rumit, sehingga menyebabkan data yang

		dimiliki tidak dimanfaatkan dengan seefektif mungkin.
--	--	-------------------------------------------------------

3.3 Kebutuhan Infrastruktur Sistem

Dalam perancangan model sistem informasi manajemen pada distributor masker wajah organik membutuhkan aspek infrastruktur sistem yang dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2 Kebutuhan Infrastruktur Sistem

No	Kategori	Keterangan
1.	<i>Hardware</i>	<i>Keyboard, mouse, monitor, cpu</i>
2.	<i>Software</i>	<i>Framework Laravel, MYSQL Workbench, Bahasa Pemrograman PHP, XAMPP, Power BI.</i>
3.	<i>Operation System</i>	Windows 10
4.	<i>Database Management Systems</i>	MYSQL

3.4 Perancangan Sistem

Distributor masker wajah organik merupakan jenis usaha yang bergerak di bidang kecantikan. Dalam melakukan manajerial terhadap data yang dimiliki, distributor masker wajah organik masih melakukannya secara manual. Proses bisnis yang dilakukan distributor masker wajah organik adalah dengan melibatkan adanya *reseller*. Distributor masker wajah organik menginginkan adanya sebuah sistem informasi untuk melakukan manajerial terhadap data yang dimiliki dan dapat memberikan informasi terkait data yang dimiliki. Penerapan sistem informasi manajemen pada distributor masker wajah organik yang sedang dikembangkan sudah semestinya dapat menentukan kebutuhan bisnis dari permasalahan sistem yang berjalan, yaitu sistem dapat berfungsi untuk mengetahui performa penjualan masker organik dari berbagai aspek seperti ukuran masker, lokasi penjualan, jumlah setiap pembelian, total pendapatan dan sebagainya. Sistem juga bertujuan untuk menjadi acuan dalam pengambilan keputusan.

3.5 Gambaran Umum Sistem

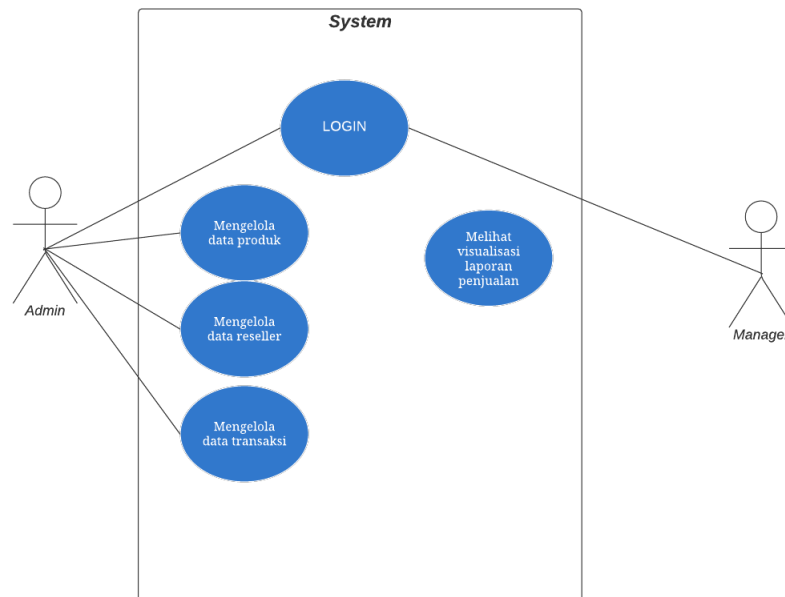
Adapun gambaran umum sistem yang akan diimplemetasikan, yaitu:

1. Aktor dapat menambahkan data transaksi penjualan.
2. Aktor dapat melihat daftar transaksi penjualan.

3. Aktor dapat menambahkan data reseller.
4. Aktor dapat melihat data reseller.
5. Aktor dapat menambahkan data produk.
6. Aktor dapat melihat data produk.
7. Aktor dapat melihat visualisasi penjualan produk.

3.6 Diagram Use Case

Dalam perancangan model sistem informasi manajemen pada distributor masker wajah organik dilakukan penggambaran diagram *use case* yang digunakan untuk memberikan gambaran terhadap kemampuan atau kegunaan yang dimiliki sistem informasi yang dibangun. Diagram *use case* dapat dilihat pada Tabel 3.2.



Gambar 3.1 Diagram *use case*

Pada Gambar 3.1 menunjukkan bahwa terdapat 5 *use case* yang akan dijelaskan lebih lanjut. Penjelasan terkait diagram *use case* pada Gambar 3.1 dapat dilihat pada tabel 3.3 berikut.

Tabel 3.3 Tabel penjelasan *use case*

<i>Use Case</i>	Keterangan
UC 01 LOGIN	Admin dan manajer dapat melakukan <i>login</i> untuk masuk ke dalam sistem informasi distributor dengan memasukkan email dan password yang sudah didaftarkan dalam <i>data base</i> yang tersedia.

UC 02 MENGELOLA DATA PRODUK	Admin distributor dapat melakukan pengelolaan terhadap data produk yang meliputi: menambah data produk, menghapus data produk, memperbarui data produk dan melihat daftar produk.
UC 03 MENGELOLA DATA RESELLER	Admin distributor dapat melakukan pengelolaan terhadap data <i>reseller</i> yang meliputi: menambah data <i>reseller</i> , menghapus data <i>reseller</i> , memperbarui data <i>reseller</i> dan melihat daftar <i>reseller</i> .
UC 04 MENGELOLA DATA TRANSAKSI	Admin distributor dapat melakukan pengelolaan terhadap data transaksi yang meliputi: menambah data transaksi, menghapus data transaksi, memperbarui data transaksi dan melihat daftar transaksi.
UC 05 MELIHAT VISUALISASI LAPORAN PENJUALAN	Manajer dapat melihat laporan penjualan berupa visualisasi dalam bentuk chart dan grafik.

3.7 Perancangan Antarmuka

Dalam perancangan model sistem informasi manajemen pada distributor masker wajah organik terdapat perancangan antarmuka yang digunakan untuk menentukan bagaimana sistem yang dibangun akan berinteraksi dengan pengguna.

Gambar ini merupakan rancangan antarmuka halaman login yang akan digunakan pengguna, baik admin maupun manajer. Dengan memasukkan email dan *password* lalu melakukan login, maka admin sudah dapat menerima hak akses sistem. Rancangan antarmuka halaman login dapat dilihat pada Gambar 3.2.

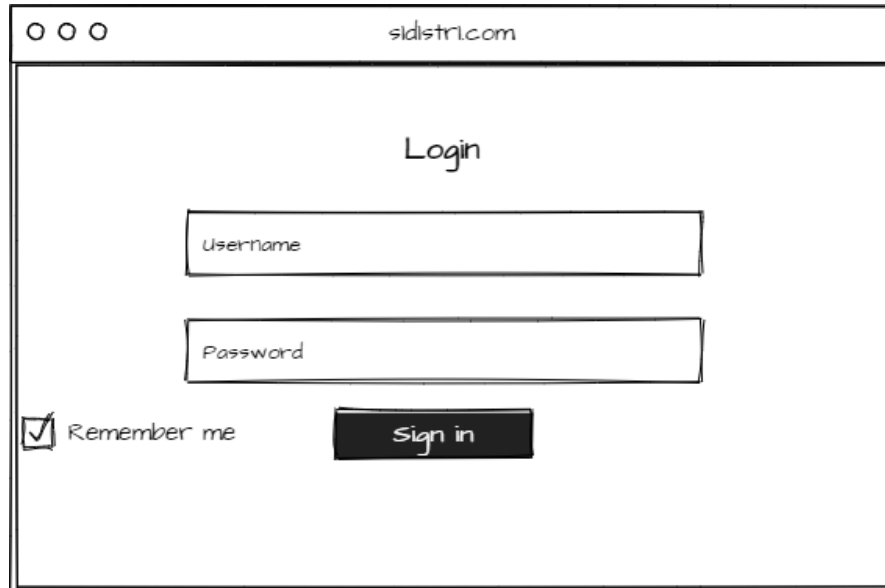


Diagram of a login page for 'sidistri.com'. The page features a central 'Login' heading. Below it are two input fields: 'Username' and 'Password'. A 'Remember me' checkbox is checked, and a 'Sign in' button is positioned to the right of the checkbox.

Gambar 3.2 Rancangan antarmuka halaman login

Gambar ini merupakan rancangan antarmuka halaman dashboard yang akan menampilkan informasi penjualan yang dapat dilihat oleh admin. Rancangan antarmuka *dashboard* admin dapat dilihat pada Gambar 3.3.

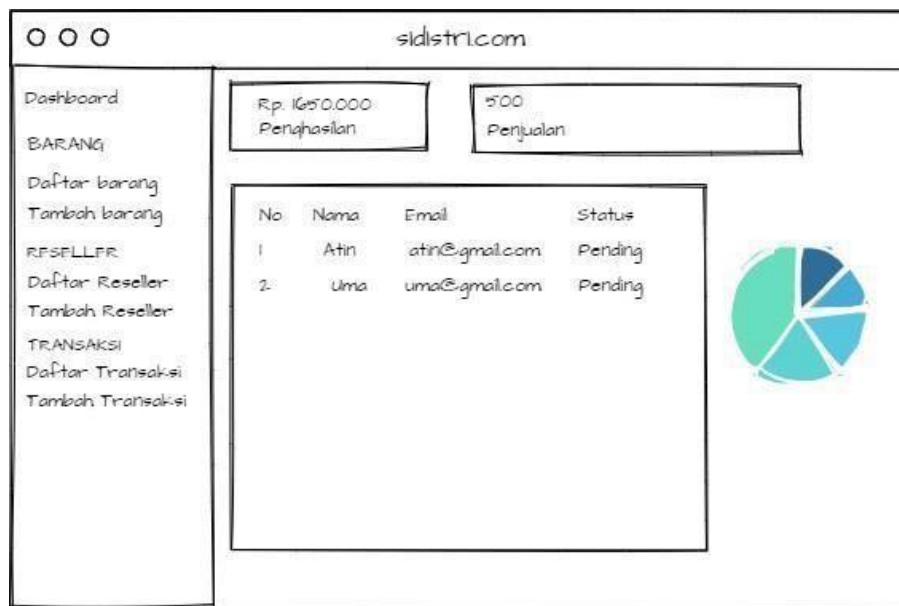


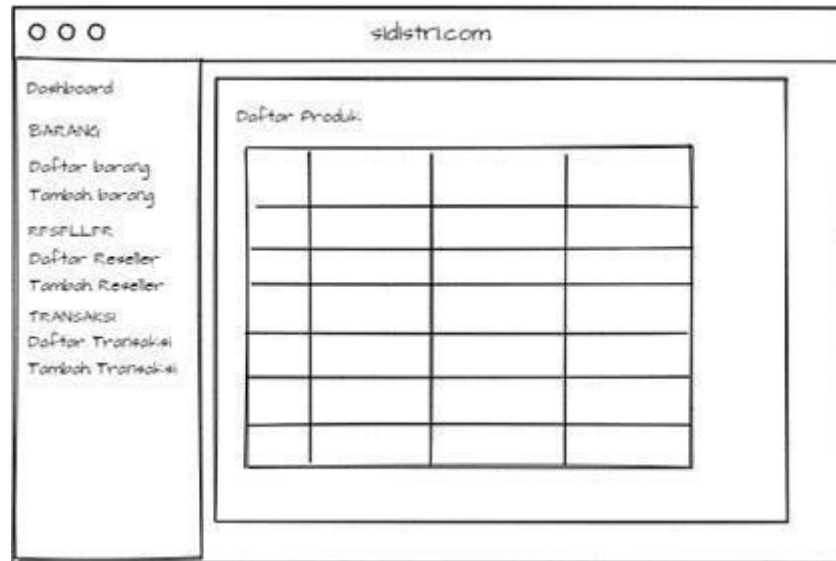
Diagram of an admin dashboard for 'sidistri.com'. The dashboard includes a sidebar with navigation links: Dashboard, BARANG (Daftar barang, Tambah barang), RESELLER (Daftar Reseller, Tambah Reseller), and TRANSAKSI (Daftar Transaksi, Tambah Transaksi). The main content area displays two summary boxes: 'Rp. 1650.000 Penghasilan' and '500 Penjualan'. Below these is a table with two rows of data:

No	Nama	Email	Status
1	Atin	atin@gmail.com	Pending
2	Uma	uma@gmail.com	Pending

To the right of the table is a pie chart with five segments in various shades of green and blue.

Gambar 3.3 Rancangan antarmuka halaman *dashboard* admin

Gambar ini merupakan rancangan antarmuka halaman daftar produk yang akan menampilkan informasi produk yang telah diinput oleh admin. Rancangan antarmuka halaman daftar produk dapat dilihat pada Gambar 3.4.



Gambar 3.4 Rancangan antarmuka halaman daftar produk

Gambar ini merupakan rancangan antarmuka halaman tambah produk yang terdiri dari beberapa komponen yang berfungsi untuk melakukan proses input data produk. Rancangan antarmuka halaman tambah produk dapat dilihat pada Gambar 3.5.

Gambar 3.5 Rancangan antarmuka halaman tambah barang

Gambar ini merupakan rancangan antarmuka halaman tambah transaksi yang terdiri dari beberapa komponen yang berfungsi untuk melakukan proses input data transaksi. Rancangan antarmuka halaman tambah transaksi dapat dilihat pada Gambar 3.6.

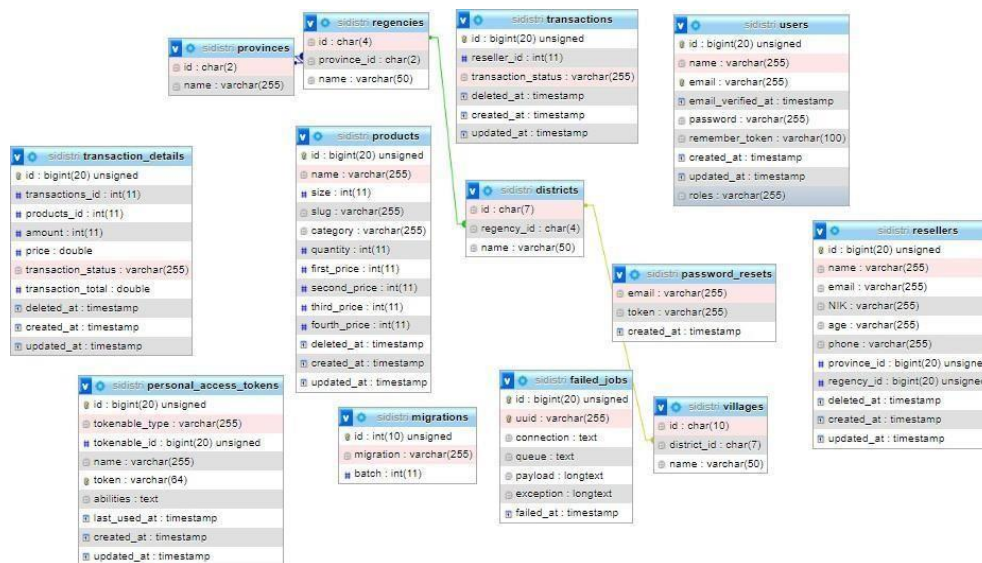
The image shows a web interface for adding a transaction. At the top, there are three circular icons and the URL 'sidistri.com'. On the left is a sidebar menu with the following items: Dashboard, BARANG (with sub-items: Daftar barang, Tambah barang), RESPELLER (with sub-items: Daftar Reseller, Tambah Reseller), and TRANSAKSI (with sub-items: Daftar Transaksi, Tambah Transaksi). The main content area contains a form with four input fields: 'Nama Reseller', 'Produk', 'Jumlah Produk', and 'Harga'. A 'Tambah Barang' button is positioned to the right of the 'Harga' field. At the bottom of the form is a 'Simpan' button.

Gambar 3.6 Rancangan antarmuka halaman tambah transaksi

3.8 Perancangan Basis Data

3.8.1 ERD (*Entity Relationship Diagram*)

ERD atau diagram hubungan entitas digunakan untuk merancang sebuah database dan menunjukkan relasi antar tabel yang akan digunakan dalam sistem informasi yang akan dibangun. Gambar 3.7 merupakan ERD yang akan digunakan dalam merancang sistem informasi pada tugas akhir ini.



Gambar 3.7 Relasi antar tabel

3.8.2 Struktur Basis Data

Perancangan basis data adalah salah satu tahap yang bertujuan untuk memberikan gambaran terhadap struktur dan bagian-bagian basis dari sebuah basis data. Berikut merupakan tabel-tabel yang dibutuhkan dalam perancangan sistem:

a. Tabel Dimensi Provinsi

Tabel ini merupakan tabel yang digunakan untuk menyimpan data provinsi yang ada di Indonesia. Struktur tabel Provinsi dapat dilihat pada tabel 3.4 berikut.

Tabel 3.4 Tabel Provinsi

Nama field	Tipe field	Keterangan
Id	Char	Nomor unik tiap provinsi.
name	Varchar	Nama Provinsi

b. Tabel Dimensi Kabupaten

Tabel ini digunakan untuk menyimpan data kabupaten/kota yang ada di Indonesia. Data Kabupaten/Kota dapat dilihat pada tabel 3.5 berikut.

Tabel 3.5 Tabel Kabupaten/Kota

Nama field	Tipe field	Keterangan
------------	------------	------------

Id	Char	Nomor unik tiap kabupaten.
name	Varchar	Nama Kabupaten

c. Tabel Dimensi Resellers

Tabel ini digunakan untuk menyimpan data *reseller*. Struktur tabel *Reseller* dapat dilihat pada tabel 3.6 berikut.

Tabel 3.6 Tabel *Reseller*

Nama field	Tipe field	Keterangan
Id	Bigint	Nomor unik tiap reseller bersifat <i>auto increment</i> .
name	Varchar	Nama Reseller
email	Varchar	Email Reseller
NIK	Varchar	NIK Reseller
age	Varchar	Umur Reseller
phone	Varchar	Nomor Handphone Reseller
province_id	Bigint	Foreign key dari tabel province
regency_id	Bigint	Foreign key dari tabel regencies

d. Tabel Dimensi Produk

Tabel ini digunakan untuk menyimpan data produk. Struktur tabel Produk dapat dilihat pada tabel 3.7 berikut.

Tabel 3.7 Tabel Produk

Nama field	Tipe field	Keterangan
id	Bigint	Nomor unik tiap produk bersifat <i>auto increment</i> .

name	varchar	Nama Produk
size	Int	Ukuran Produk
category	varchar	Kategori Produk
quantity	Int	Jumlah Produk
first_price	Int	Harga pertama
second_price	Int	Harga Kedua
third_price	Int	Harga Ketiga
fourth_price	Int	Harga Keempat

e. Tabel Dimensi Transaksi

Tabel ini digunakan untuk menyimpan data transaksi yang dilakukan *reseller*. Struktur tabel Transaksi dapat dilihat pada tabel 3.8 berikut.

Tabel 3.8 Tabel Transaksi

Nama field	Tipe field	Keterangan
id	Bigint	Nomor unik tiap transaksi bersifat <i>auto increment</i> .
reseller_id	int	Foreign key dari tabel reseller
transaction_status	varchar	Status Transaksi

f. Tabel Fakta Detail Transaksi

Tabel ini digunakan untuk menyimpan data yang lebih detail dari data transaksi. Struktur tabel Detail Transaksi dapat dilihat pada tabel 3.9 berikut.

Tabel 3.9 Tabel Detail Transaksi

Nama field	Tipe field	Keterangan
id	Bigint	Nomor unik tiap detail transaksi bersifat <i>auto increment</i> .
Transactions_id	int	Foreign key dari tabel transaksi

Products_id	int	Foreign key dari tabel produk
Amount	int	Jumlah Produk
price	double	Harga Satuan Produk
Transaction_total	double	Total Transaksi

BAB IV

IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN SISTEM

4.1 Implementasi Sistem

4.1.1 Implementasi Sistem Informasi

Implementasi sistem merupakan proses pembuatan dan penulisan kode program menjadi sebuah sistem yang memiliki fungsi yang sama dengan hasil yang telah dianalisis sebelumnya.

Gambar 4.1 merupakan logo dari sistem informasi distributor



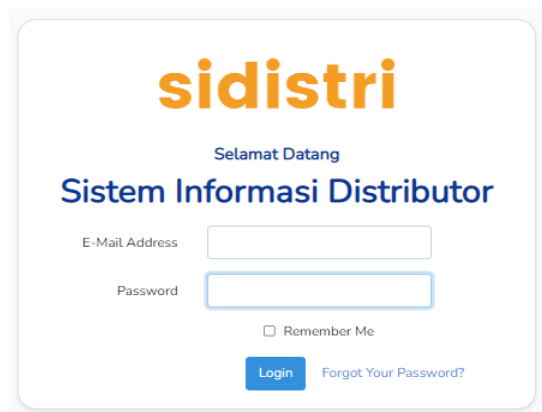
Gambar 4.1 Logo Sistem Informasi Distributor

Konsep model sistem informasi distributor ini mempunyai dua tingkatan akses *user*, yaitu admin dan manajer yang dapat menggunakan sistem. Pengguna tersebut memiliki hak akses masing-masing.

4.1.1.1 Aktor Admin Sistem Informasi Distributor

a. Halaman Login Admin

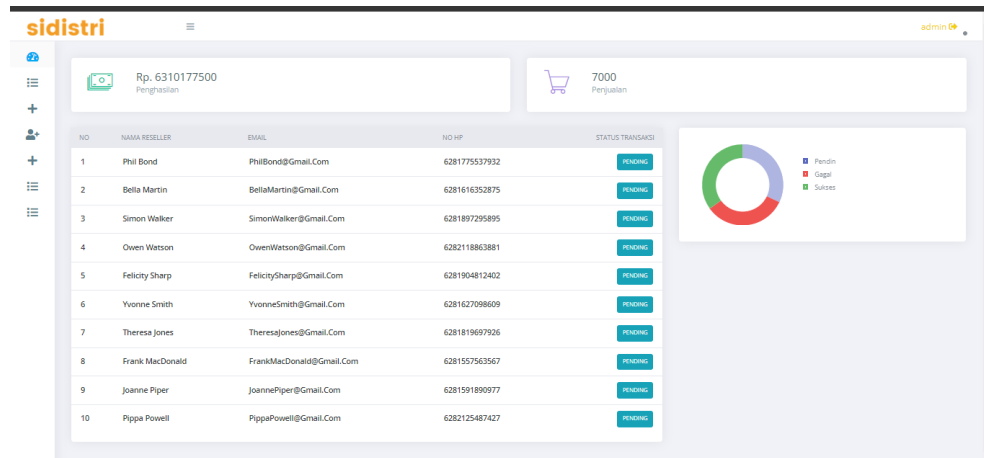
Gambar 4.2 merupakan halaman login admin untuk masuk ke dalam sistem. Halaman ini adalah halaman yang muncul pertama kali saat membuka sistem. Pada halaman ini pengguna akan diminta untuk mengisi email dan password yang sudah terdaftar pada database dengan roles admin. Selanjutnya admin dapat menekan tombol login agar dapat diarahkan pada *home* sesuai dengan tingkatan hak akses pengguna. Berikut merupakan tampilan halaman login.



Gambar 4.2 Halaman login admin

b. Halaman *Dashboard* Administrator

Halaman ini akan muncul pertama kali pada sistem saat email dan password telah dimasukkan dengan tepat sebagai tingkatan hak akses administrator. Terdapat sidebar yang menampilkan menu dashboard, CRUD produk, CRUD reseller, serta CRUD transaksi. Halaman ini juga merupakan dashboard administrator



Gambar 4.3 Halaman *Dashboard* Administrator

c. Halaman Daftar Produk

Halaman ini merupakan indeks untuk melihat daftar produk yang telah didaftarkan. Di dalamnya terdapat informasi tingkatan harga dari setiap produk.

#	Nama Produk	Ukuran	Kategori	Jumlah Barang	Harga 1	Harga 2	Harga 3	Harga 4	Action
1	Chocolate	20	Minisize	2530	12000	10000	8000	5500	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
2	Strawberry	20	Minisize	4914	12000	10000	8000	5500	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
3	Saffron	20	Minisize	1486	12000	10000	8000	5500	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
4	Ginger	20	Minisize	1878	12000	10000	8000	5500	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
5	Calendula	20	Minisize	1561	12000	10000	8000	5500	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
6	Coffee	20	Minisize	3399	12000	10000	8000	5500	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
7	Milk	20	Minisize	4669	12000	10000	8000	5500	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
8	Lemon	20	Minisize	1043	12000	10000	8000	5500	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
9	Beng beng	20	Minisize	4351	12000	10000	8000	5500	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
10	oreo	20	Minisize	1671	12000	10000	8000	5500	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
11	Carrot	20	Minisize	3334	12000	10000	8000	5500	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Gambar 4.4 Halaman Daftar Produk

d. Halaman Tambah Produk

Halaman ini berfungsi untuk menambahkan informasi terkait daftar produk yang dijual. Yang berisikan informasi tentang harga, stok nama barang

The screenshot shows the 'Tambah Barang' form in the Sidistri application. The form is titled 'Tambah Barang' and is located in the 'PRODUK' section of the sidebar. The form contains the following fields:

- Nama Barang: Text input field
- Ukuran: Text input field
- Jumlah Barang: Text input field
- Kategori: Dropdown menu with 'Minidize' selected
- Harga 1: Text input field
- Harga 2: Text input field
- Harga 3: Text input field
- Harga 4: Text input field

A blue button labeled 'Tambah Barang' is positioned at the bottom of the form.

Gambar 4.5 Halaman Daftar Produk

e. Halaman Daftar Reseller

Halaman ini merupakan indeks untuk melihat daftar reseller yang telah bergabung menjadi mitra. Di dalamnya terdapat informasi pribadi setiap reseller.

The screenshot shows the 'Daftar Reseller' page in the Sidistri application. The page displays a table with the following columns: Nama, Email, NIK, Umur, No Hp, and Action. The table lists several resellers with their respective details.

Nama	Email	NIK	Umur	No Hp	Action
Agilul Ferguson	Agilul Ferguson@gmail.com	7687534	35	628208916254	- + x
Agilul Gufam	Agilul Gufam@gmail.com	61272163	36	628475363002	- + x
Agilul Hariga	Agilul Hariga@gmail.com	22187463	29	628105758476	- + x
Agilul Manning	Agilul Manning@gmail.com	16681872	25	628142819468	- + x
Agilul Sani	Agilul Sani@gmail.com	9331238	25	628176176013	- + x
Agilul Saranga	Agilul Saranga@gmail.com	39146574	24	628178913146	- + x
Agilul Wach	Agilul Wach@gmail.com	64246779	21	628182205664	- + x
Adam Sani	Adam Sani@gmail.com	47934635	31	6282065531793	- + x
Adam Mili	Adam Mili@gmail.com	16627562	29	628122020099	- + x
Adam Muny	Adam Muny@gmail.com	62146545	33	628181821566	- + x

Showing 1 to 10 of 1,000 entries
Previous 2345 1000 Next

Gambar 4.6 Halaman Daftar Reseller

f. Halaman Tambah Reseller

Halaman ini berfungsi untuk menambahkan informasi terkait daftar reseller yang akan bergabung menjadi mitra. Yang berisikan informasi pribadi seperti nama, email, nomor telepon, dan alamat.

The screenshot shows the 'Tambah Data Reseller' form in the 'sidistri' application. The form is titled 'Tambah Data Reseller' and is located in the 'TRANSAKSI' section of the sidebar. The form contains the following fields:

- Nama Reseller (Text input)
- Email (Text input)
- NIK (Text input)
- Nomor Induk Kependudukan (Text input)
- Province (Dropdown menu: Pilih Provinsi)
- Kabupaten (Dropdown menu: Pilih Kabupaten)
- Umur (Text input)
- No Hp (Text input)
- Nomor Handphone (Text input)
- Simpan (Submit button)

Gambar 4.7 Halaman Tambah Reseller

g. Halaman Daftar Transaksi

Halaman ini merupakan indeks untuk melihat daftar transaksi yang telah terjadi. Di dalamnya terdapat informasi setiap transaksi.

The screenshot shows the 'Daftar Transaksi' page in the 'sidistri' application. The page displays a table with columns for No, Nama Reseller, Email Reseller, Status Transaksi, and Action. The table contains 10 rows of transaction data.

No	Nama Reseller	Email Reseller	Status Transaksi	Action
1	Thomas Hill	ThomasHill@gmail.com	SUKSES	[Edit] [Delete]
2	Ruth Powell	RuthPowell@gmail.com	PENDING	[Edit] [Delete]
3	Lisa Payne	LisaPayne@gmail.com	SUKSES	[Edit] [Delete]
4	Rebecca Bailey	RebeccaBailey@gmail.com	PENDING	[Edit] [Delete]
5	Claire MacLeod	ClaireMacLeod@gmail.com	GAGAL	[Edit] [Delete]
6	Wendy Brown	WendyBrown@gmail.com	GAGAL	[Edit] [Delete]
7	Angela Blake	AngelaBlake@gmail.com	GAGAL	[Edit] [Delete]
8	Natalie Watson	NatalieWatson@gmail.com	GAGAL	[Edit] [Delete]
9	Jason Wilson	JasonWilson@gmail.com	SUKSES	[Edit] [Delete]
10	Wanda Robertson	WandaRobertson@gmail.com	SUKSES	[Edit] [Delete]

Showing 1 to 10 of 7,000 entries
Previous 12345...7000Next

Gambar 4.8 Halaman Daftar Transaksi

h. Halaman Tambah Transaksi

Halaman ini berfungsi untuk menambahkan transaksi yang berjalan. Yang berisikan informasi tentang setiap transaksi

Gambar 4.9 Halaman Tambah Transaksi

4.1.1.2 Aktor Manajer Sistem Informasi Distributor

a. Halaman Login Manajer

Gambar 4.10 merupakan halaman login manajer untuk masuk ke dalam sistem. Halaman ini adalah halaman yang muncul pertama kali saat membuka sistem. Pada halaman ini pengguna akan diminta untuk mengisi email dan password yang sudah terdaftar pada database dengan *roles* manajer. Selanjutnya, manajer dapat menekan tombol login agar dapat diarahkan pada *home* sesuai dengan tingkatan hak akses pengguna. Berikut merupakan tampilan halaman login manajer.

Gambar 4.10 Halaman Login Manajer

b. Halaman Dashboard Laporan Manajer

Halaman ini merupakan halaman yang akan muncul setelah manajer memasukkan email dan password yang tepat. Halaman ini merupakan halaman visualisasi laporan yang menampilkan grafik dan chart secara keseluruhan maupun per-wilayah yang dipilih. Informasi yang dihasilkan berupa informasi jumlah keseluruhan reseller, total penjualan berdasarkan waktu, top reseller berdasarkan

total transaksi, provinsi dengan total transaksi tertinggi, dan kabupaten/kota dengan total transaksi tertinggi. Halaman ini menampilkan visualisasi penjualan selama tahun 2020-2021.



Gambar 4.11 Halaman Dashboard Laporan Manajer

Visualisasi data transaksi penjualan memberikan berbagai informasi dalam bentuk grafik dan teks.

1. Jumlah Reseller

Hasil visualisasi memberikan hasil jumlah reseller yang telah bergabung menjadi mitra dari Januari 2020 hingga Desember 2021 sebanyak 1000 reseller. Visualisasi jumlah reseller yang telah bergabung menjadi mitra pada *dashboard* dapat dilihat pada Gambar 4.12.



Gambar 4.12 Visualisasi Jumlah Reseller

2. Total Transaksi Penjualan

Hasil visualisasi memberikan hasil total transaksi dari Januari 2020 hingga Desember 2021 sebanyak 6999 transaksi. Visualisasi total transaksi penjualan pada *dashboard* dapat dilihat pada Gambar 4.13.



Gambar 4.13 Visualisasi Total Transaksi Penjualan

3. Total Kuantitas Barang Terjual

Hasil visualisasi memberikan total kuantitas barang terjual dari Januari 2020 hingga Desember 2021 sebanyak 1 juta buah. Visualisasi total kuantitas barang terjual pada *dashboard* dapat dilihat pada Gambar 4.14.



Gambar 4.14 Visualisasi Total Kuantitas Barang Terjual

3. Total Penghasilan

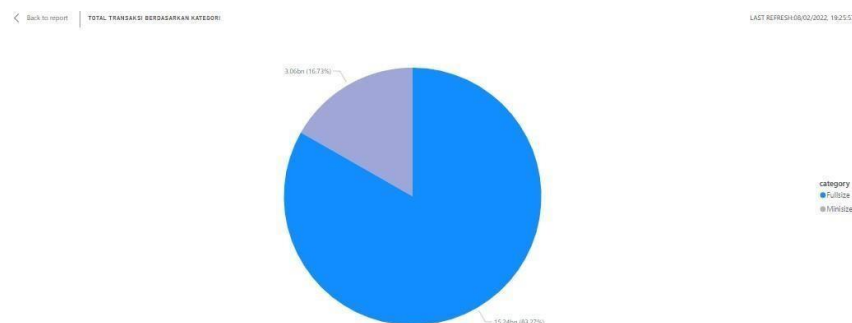
Hasil visualisasi memberikan total penghasilan dari Januari 2020 hingga Desember 2021 sebanyak 18 miliar rupiah. Visualisasi total penghasilan pada *dashboard* dapat dilihat pada Gambar 4.15.



Gambar 4.15 Visualisasi Total Penghasilan

4. Transaksi Penjualan berdasarkan Kategori

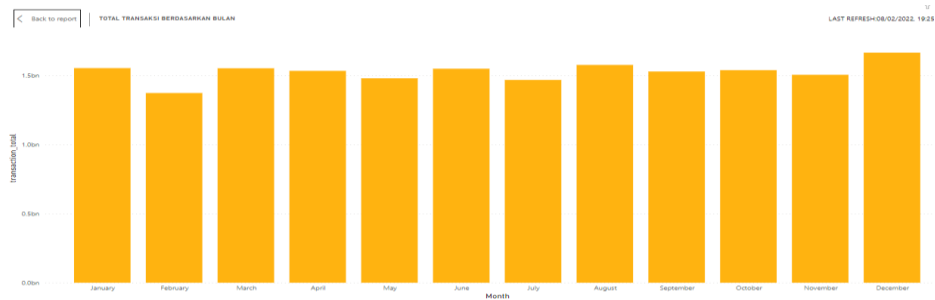
Hasil visualisasi memberikan total penjualan dari Januari 2020 hingga Desember 2021. Berdasarkan grafik yang ditampilkan, dapat dilihat bahwa penjualan terbesar berdasarkan kategori diperoleh oleh kategori *full-size* sebesar 83.27% senilai 15.24 miliar rupiah. Sedangkan, kategori *mini size* terjual lebih rendah sebesar 16.73% senilai 3.06 miliar rupiah. Visualisasi transaksi penjualan berdasarkan kategori dapat dilihat pada Gambar 4.16.



Gambar 4.16 Visualisasi Transaksi
berdasarkan Kategori

5. Perbandingan transaksi penjualan per bulan

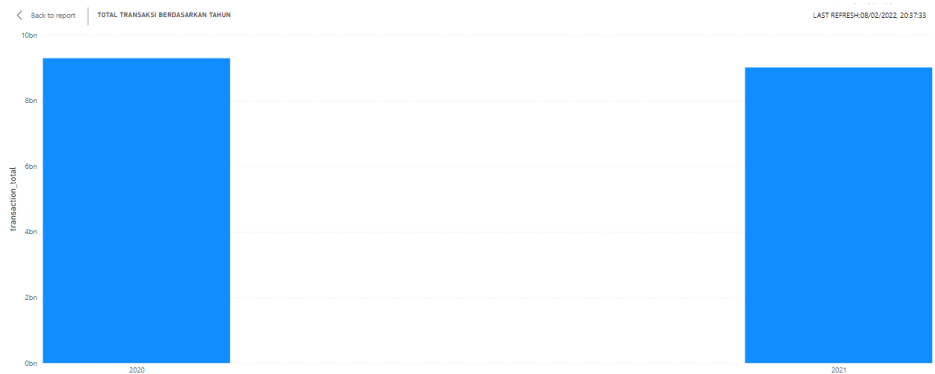
Hasil visualisasi menampilkan total transaksi penjualan per bulan pada periode 2020-2021. Berdasarkan grafik yang ditampilkan, penjualan pada bulan Desember mendominasi selama 2 tahun terakhir dengan total sebesar Rp 1.663.523.000. Visualisasi perbandingan transaksi penjualan per bulan pada *dashboard* dapat dilihat pada Gambar 4.17.



Gambar 4.17 Visualisasi Perbandingan Transaksi
Penjualan per Bulan

6. Perbandingan transaksi penjualan per tahun

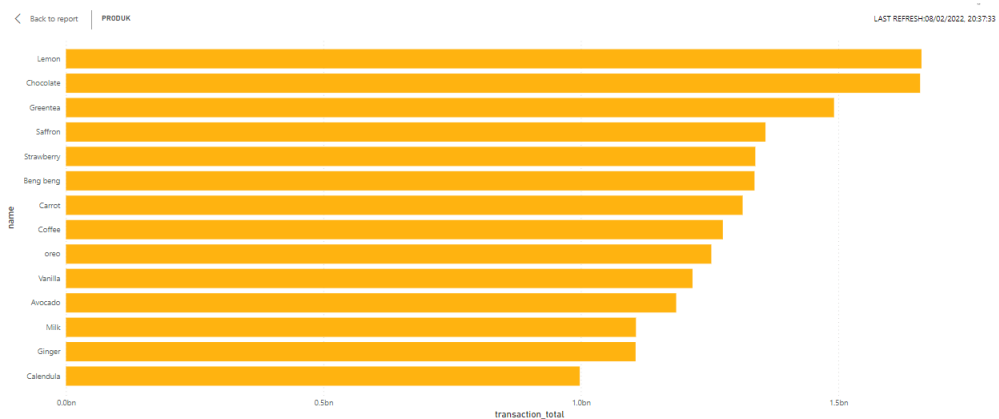
Hasil visualisasi menampilkan total transaksi penjualan per tahun pada periode 2020-2021. Berdasarkan grafik yang ditampilkan, penjualan tertinggi terjadi pada tahun 2020 sebesar Rp 9.292.076.500 sedangkan pada tahun 2021 terjadi penurunan menjadi Rp 9.010.418.500. Visualisasi penjualan per tahun pada *dashboard* dapat dilihat pada Gambar 4.18.



Gambar 4.18 Visualisasi Perbandingan Transaksi
Penjualan per Tahun

7. Perbandingan transaksi penjualan berdasarkan varian produk

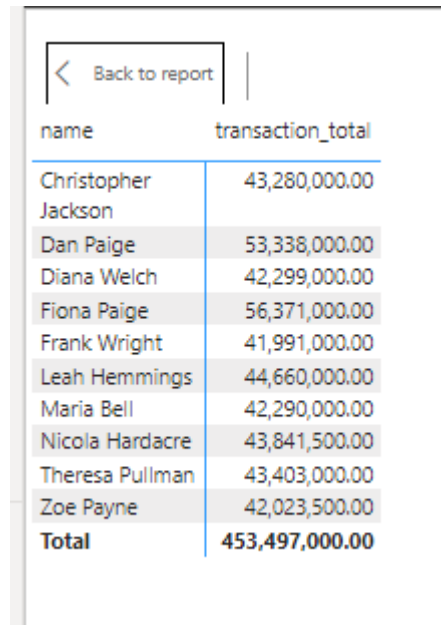
Hasil visualisasi menampilkan total perbandingan transaksi penjualan berdasarkan varian produk pada periode 2020-2021. Berdasarkan grafik yang ditampilkan, produk yang memperoleh total penjualan tertinggi adalah varian lemon dengan total transaksi penjualan sebesar Rp 1.661.467.500. Sedangkan, produk yang memperoleh total transaksi penjualan terendah adalah varian calendula dengan total transaksi penjualan sebesar Rp 997.781.500. Visualisasi perbandingan transaksi penjualan berdasarkan varian produk dapat dilihat pada Gambar 4.19.



Gambar 4.19 Visualisasi Perbandingan Transaksi Penjualan berdasarkan Varian Produk

8. 10 reseller terbaik berdasarkan total transaksi

Tabel pada *dashboard* menampilkan 10 reseller terbaik berdasarkan total transaksi pembelian periode 2020-2021. Berdasarkan tabel yang ditampilkan, reseller yang melakukan transaksi dengan pembelian terbanyak adalah Christoper Jackson dengan total transaksi pembelian sebesar Rp 43.280.000. Visualisasi 10 reseller terbaik pada *dashboard* dapat dilihat pada Gambar 4.20.

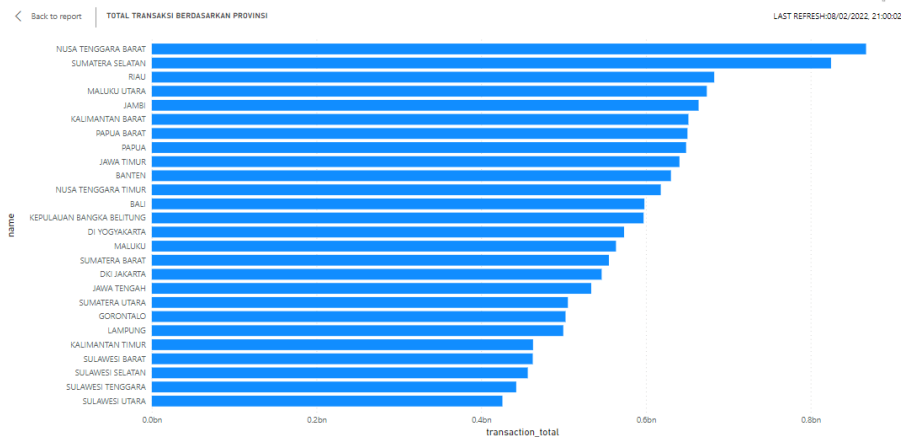


name	transaction_total
Christopher Jackson	43,280,000.00
Dan Paige	53,338,000.00
Diana Welch	42,299,000.00
Fiona Paige	56,371,000.00
Frank Wright	41,991,000.00
Leah Hemmings	44,660,000.00
Maria Bell	42,290,000.00
Nicola Hardacre	43,841,500.00
Theresa Pullman	43,403,000.00
Zoe Payne	42,023,500.00
Total	453,497,000.00

Gambar 4.20 Hasil 10 Reseller Terbaik berdasarkan Total Transaksi

9. Perbandingan transaksi penjualan berdasarkan provinsi

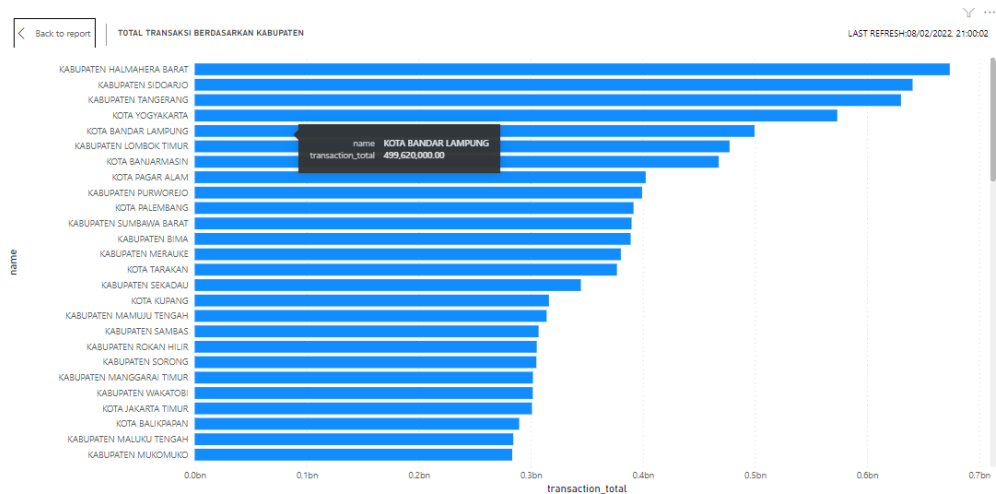
Tabel pada *dashboard* perbandingan transaksi penjualan berdasarkan provinsi di Indonesia periode 2020-2021. Berdasarkan grafik yang ditampilkan, provinsi yang melakukan transaksi terbanyak adalah provinsi Nusa Tenggara Barat dengan total transaksi sebesar Rp 867.243.500. Visualisasi perbandingan transaksi penjualan berdasarkan provinsi pada *dashboard* dapat dilihat pada Gambar 4.21.



Gambar 4.21 Visualisasi Perbandingan Transaksi Penjualan berdasarkan Provinsi

10. Perbandingan transaksi penjualan berdasarkan kabupaten

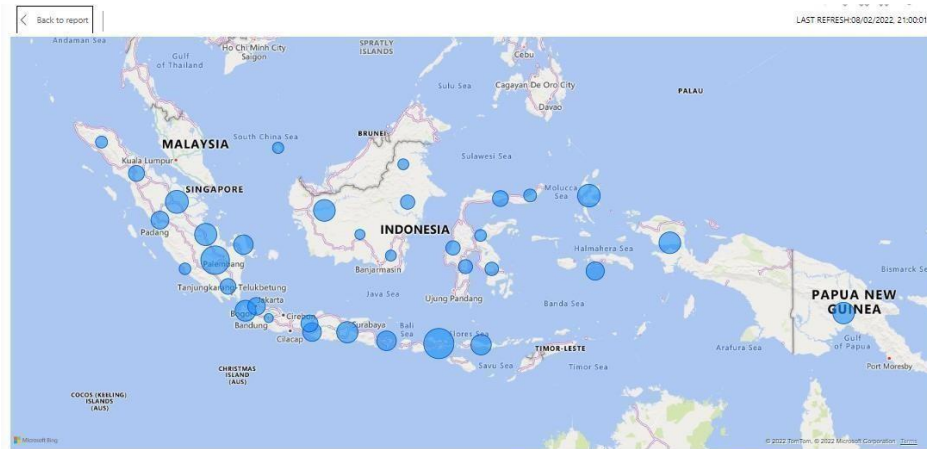
Visualisasi pada *dashboard* perbandingan transaksi penjualan berdasarkan kabupaten di Indonesia periode 2020-2021. Berdasarkan grafik yang ditampilkan, kabupaten yang melakukan transaksi terbanyak adalah kabupaten Halmahera Barat dengan total transaksi sebesar Rp 673.884.000. Visualisasi perbandingan transaksi penjualan berdasarkan kabupaten pada *dashboard* dapat dilihat pada Gambar 4.22.



Gambar 4.22 Visualisasi Perbandingan Transaksi Penjualan berdasarkan Kabupaten

11. Visualisasi persebaran penjualan

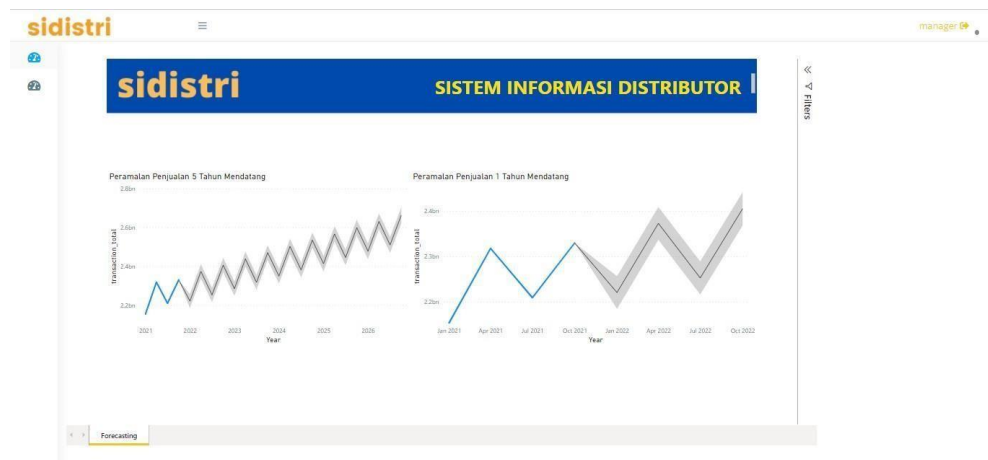
Visualisasi persebaran penjualan di Indonesia dengan menggunakan grafik peta. Dari visualisasi tersebut didapatkan hasil bahwa pulau Sumatera merupakan pulau yang persebaran penjualan paling banyak dengan dominasi 9 provinsi. Visualisasi persebaran penjualan dapat dilihat pada Gambar 4.23.



Gambar 4.23 Visualisasi Persebaran Penjualan

c. Halaman Dashboard *Forecast* Manajer

Dashboard ini berisi informasi yang berkaitan dengan *forecasting* penjualan di beberapa tahun yang akan datang. Total penjualan satu tahun mendatang dan total penjualan lima tahun yang akan datang. *Dashboard forecast* penjualan dapat dilihat pada Gambar 4.24.



Gambar 4.24 Halaman Dashboard *Forecast* Manajer

4.2 Pengujian *User Acceptance Test*

Pengujian ini meliputi 2 bagian *user* yaitu pengujian terhadap aktor admin serta pengujian terhadap aktor manajer dengan melibatkan 7 responden.

Langkah yang dilakukan selanjutnya setelah didapatkan hasil pengujian adalah melakukan pembobotan serta melakukan perhitungan terhadap hasil pengujian. Tabel berikut merupakan bobot jawaban dari hasil pengujian *user acceptance test*.

Tabel 4.1 Bobot Jawaban

Jawaban	Bobot
SS: Sangat Setuju	5
S: Setuju	4
N: Netral	3
TS: Tidak Setuju	2
STS: Sangat Tidak Setuju	1

Pengujian terhadap aktor admin melibatkan 4 responden yang berasal dari aktor admin perusahaan rintisan di bidang produk kecantikan. Hasil dari pengujian terhadap aktor admin pada aplikasi ini dapat dilihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2 Hasil Pengujian *User Acceptance Test* oleh Admin

No	Pertanyaan	Penilaian					Jumlah	Persentase Nilai
		STS	TS	N	S	SS		
1.	Apakah website Sistem Informasi distributor diperlukan untuk mengelola data penjualan?				4	15	19	95%
2.	Apakah website Sistem Informasi distributor diperlukan untuk mengelola data reseller dan produk?					20	20	100%
3.	Apakah website Sistem Informasi distributor mudah digunakan?				12	5	17	85%
4.	Apakah User Interface website Sistem Informasi distributor				4	15	19	95%

1.	Apakah website sistem informasi distributor untuk manajer mudah digunakan?				4	10	14	93%
2.	Apakah tampilan antarmuka dari sistem informasi distributor untuk manajer sudah menarik?					15	15	100%
3.	Apakah dengan adanya sistem ini memudahkan anda untuk mendapatkan bahan acuan dalam pengambilan keputusan?					15	15	100%
4.	Apakah dengan adanya sistem ini mempercepat proses pengambilan keputusan?					15	15	100%
5.	Apakah visualisasi data dalam bentuk grafik/chart lebih mudah dipahami jika dibandingkan dengan data dalam bentuk tabel?					15	15	100%
6.	Apakah penyajian fitur peramalan <i>/forecasting</i> diperlukan dalam sistem informasi ini?					15	15	100%
7.	Apakah penyajian fitur peramalan <i>/forecasting</i>					15	15	100%

	memudahkan dalam pengambilan keputusan?							
8.	Apakah Sistem Informasi distributor dapat diterapkan dalam bisnis anda?					15	15	100%

Perhitungan keseluruhan:

Perhitungan keseluruhan adalah hasil perhitungan rata-rata skor dari keseluruhan pertanyaan

Adapun hasil perhitungan pada *user acceptance test* oleh manajer adalah sebagai berikut:

$$(93\%+100\%+100\%+100\%+100\%+100\%+100\%+100\%)/8 = 99\%.$$

Rekapitulasi pertanyaan kepada *user* adalah sebanyak 15 butir pertanyaan yang diajukan kepada total 7 responden yang berperan sebagai admin dan manajer. Dapat dilihat pada Tabel 4.4 yang merupakan rekapitulasi hasil pengujian terhadap admin dan manajer.

Tabel 4.4 Rekapitulasi Hasil Pengujian terhadap Admin dan Manajer

No	Pertanyaan	Penilaian					Jumlah	Persentase Nilai
		STS	TS	N	S	SS		
1.	Apakah website Sistem Informasi distributor diperlukan untuk mengelola data penjualan?				4	15	19	95%
2.	Apakah website Sistem Informasi distributor diperlukan untuk mengelola data reseller dan produk?					20	20	100%
3.	Apakah website Sistem Informasi distributor mudah digunakan?				12	5	17	85%
4.	Apakah User Interface website Sistem				4	15	19	95%

	Informasi distributor menarik?							
5.	Apakah dengan adanya website Sistem Informasi distributor mempermudah dalam melakukan pendataan?					20	20	100%
6.	Apakah penyajian informasi yang disajikan dalam bentuk dashboard memudahkan dalam membaca data?					20	20	100%
7.	Apakah Sistem Informasi distributor untuk admin dapat diterapkan dalam bisnis anda?					20	20	100%
8.	Apakah website sistem informasi distributor untuk manajer mudah digunakan?				14	10	14	93%
9.	Apakah tampilan antarmuka dari sistem informasi distributor untuk manajer sudah menarik?					15	15	100%
10.	Apakah dengan adanya sistem ini memudahkan anda untuk mendapatkan					15	15	100%

	bahan acuan dalam pengambilan keputusan?							
11.	Apakah dengan adanya sistem ini mempercepat proses pengambilan keputusan?					15	15	100%
12.	Apakah visualisasi data dalam bentuk grafik/chart lebih mudah dipahami jika dibandingkan dengan data dalam bentuk tabel?					15	15	100%
13.	Apakah penyajian fitur peramalan <i>/forecasting</i> diperlukan dalam sistem informasi ini?					15	15	100%
14.	Apakah penyajian fitur peramalan/ <i>forecasting</i> memudahkan dalam pengambilan keputusan?					15	15	100%
15.	Apakah Sistem Informasi distributor dapat diterapkan dalam bisnis anda?					15	15	100%

4.3 Evaluasi

Dari tabel 4.4 diperoleh hasil bahwa 95% aktor admin setuju bahwa sistem informasi distributor dapat membantu melakukan pengolahan terhadap data penjualan serta 100% aktor admin setuju bahwa sistem informasi distributor dapat membantu melakukan pengolahan data

reseller dan produk. Peneliti menyimpulkan bahwa saat ini aktor admin membutuhkan *tools* untuk menunjang pekerjaannya dalam melakukan pendataan penjualan, *reseller* dan produk. Dari tabel 4. Diperoleh hasil bahwa 100% aktor manajer sangat setuju apabila data yang ditampilkan dalam grafik/chart lebih mudah dipahami dibandingkan dengan data yang ditampilkan dalam bentuk tabel.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembangunan sistem informasi manajemen pada sistem informasi distributor yang diproses dan dirancang sedemikian rupa dapat mengelola data dan menampilkan data yang telah diolah dalam bentuk visualisasi. Dapat disimpulkan bahwa model sistem informasi manajemen yang dibangun dapat membantu dan memudahkan distributor dalam mendapatkan informasi guna mendapatkan acuan dalam pengambilan keputusan dengan menampilkan data dalam bentuk chart dan grafik.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan berdasarkan penelitian ini adalah sebaiknya penerapan sistem informasi manajemen pada distributor masker wajah organik dapat dipertahankan dan ditingkatkan dalam segi fitur yang disediakan. Dapat pula ditambahkan beberapa metode prediksi agar mendapatkan perbandingan metode yang bervariasi dan menghasilkan prediksi yang lebih akurat. Diharapkan bagi penelitian selanjutnya, dapat dijadikan referensi dalam meningkatkan pemodelan sistem informasi manajemen pada sistem informasi distributor masker wajah organik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, J. C., Hakansson, H., & Johanson, J. (1994). Dyadic Business Relationships within a Business Network Context. *Journal of Marketing*, 58(4), 1.
- Anggadini, S. D. (2020). Analisis Sistem Informasi Manajemen Berbasis Komputer Dalam Proses Pengambilan Keputusan. *TeIKa*, 8(2), 55–66.
- Boell, S. K., & Cecez-Kecmanovic, D. (2015). What is an information system? *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences, 2015-March*(January), 4959–4968.
- Chugh, R., & Grandhi, S. (2013). Why Business Intelligence? *International Journal of E-Entrepreneurship and Innovation*, 4(2), 1–14. <https://doi.org/10.4018/ijeei.2013040101>
- Fidiastuti, S. M. AF. H. R. (2019). *Efektivitas Natural Face Mask Dalam Meningkatkan*. 7(3), 138–148.
- Gupta, S., Malhotra, N. K., Czinkota, M., & Foroudi, P. (2016). The local brand representative in reseller networks. *Journal of Business Research*, 69(12), 5712–5723.
- Koespradipta, W. (2018). *VISUALISASI DATA SISTEM INFORMASI MANAJEMEN*.
- Kuspriatni, L. (2019). *DASAR SISTEM INFORMASI BISNIS Konsep dasar sistem informasi bisnis*. 1–10.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (n.d.). *Management information systems : managing the digital firm*.
- Liu, X. (2013). Conceptual Approaches for Defining Data, Information, and Knowledge. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 64(July), 1852–
- Marni Waruwu, L., & Wulandari, T. (2020). PERANCANGAN VISUALISASI INFORMASI DATA WAREHOUSE DAN DASHBOARD SYSTEM DATA PERGURUAN TINGGI DI UNIVERSITAS MERCUBUANA JAKARTA JAKARTA. *Jurnal Ilmu Teknik Dan Komputer*, 4(2), 11650.
- Mathias Weske. (2007). Business Process Management - Concepts, Languages, Architectures. In *Nuevos sistemas de comunicación e información*.
- Michalewicz, Z., Schmidt, M., Michalewicz, M., & Chiriac, C. (2006). Adaptive business intelligence. In *Adaptive Business Intelligence*. <https://doi.org/10.1007/978-3-540-32929-9>

- Mudambi, S., & Aggarwal, R. (2003). Industrial distributors can they survive in the new economy? *Industrial Marketing Management*, 32(4), 317–325.
- Nilforoushzadeh, M. A., Amirkhani, M. A., Zarrintaj, P., Salehi Moghaddam, A., Mehrabi, T., Alavi, S., & Mollapour Sisakht, M. (2018). Skin care and rejuvenation by cosmeceutical facial mask. *Journal of Cosmetic Dermatology*, 17(5), 693–702.
- Paass, G., Schneider, D., & Wrobel, S. (2009). Information and knowledge management. *Technology Guide: Principles - Applications - Trends*, (February), 276–281.
- Rusdiana, H. A., & Irfan, M. (2014). Sistem Informasi Manajemen. *Sistem Informasi Manajemen*, 5–387.
- Rusdiana, H. A., Moch, M. M., Irfan, S. T., Kom, M., & Ramdhadi, H. M. A. (2014). *Sistem Informasi Manajemen Sistem Informasi Manajemen Pustaka Setia Pengantar: Penerbit PUSTAKA SETIA Bandung*.
- Sanders, J. (2016). Defining terms: Data, information and knowledge. *Proceedings of 2016 SAI Computing Conference, SAI 2016*, (December), 223–228.
- Sriwidodo. (2019). *Cermin Dunia Kedokteran. 1*, 105–112.
- Syauki, W. R., & Amalia Avina, D. A. (2020). Persepsi dan preferensi penggunaan skincare pada perempuan milenial dalam perspektif komunikasi pemasaran. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(2), 42.
- Vercellis, C. (2009). Business Intelligence: Data Mining and Optimization for Decision Making. In *Business Intelligence: Data Mining and Optimization for Decision Making*.

LAMPIRAN