

## **PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS WEBSITE PADA DIVISI PERCETAKAN CV MEDIA ONE MART MAKASSAR**

**Adisha Ramdani Safitri**

*Politeknik Negeri Ujung Pandang*

**Andi Nur Inayatul Zahra**

*Politeknik Negeri Ujung Pandang*

**Amiruddin<sup>1</sup>**

*Politeknik Negeri Ujung Pandang*

**Syahriah Sari**

*Politeknik Negeri Ujung Pandang*

### **ABSTRACT**

*This research aimed to determine: 1) the design of a web-based sales information system in the Printing Division of CV Media One Mart Makassar; 2) customer perceptions of the web-based sales information system in the Printing Division of CV Media One Mart Makassar. The issue examined in this study was the digital marketing (Facebook, Instagram, Tokopedia, and Shopee) utilized in the Printing Division of CV Media One Mart Makassar, which was not managed properly. The method used in this study was the waterfall method, consisting of: 1) requirement analysis; 2) design; 3) implementation; 4) verification; 5) maintenance. Data collection techniques employed were questionnaires and interviews. The data analysis technique used was quantitative data analysis. The result of this research indicated that: 1) The design of the web-based sales information system was created using a Content Management System (CMS) through the stages of planning, visualization, designing the interface, and integrating separate elements into a cohesive whole; 2) Customer perceptions of the web-based sales information system were categorized as "strongly agree" for utilization.*

**Keywords:** *Information System, Sales, Website.*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) perancangan sistem informasi penjualan berbasis website pada Divisi Percetakan CV Media One Mart Makassar; 2) persepsi pelanggan terhadap sistem informasi penjualan berbasis website pada divisi percetakan CV Media One Mart Makassar. Permasalahan yang menjadi kajian dalam penelitian ini ialah pemasaran digital (Facebook, Instagram, Tokopedia dan Shopee) yang digunakan pada Divisi Percetakan CV Media One Mart Makassar masih tidak dikelola dengan baik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode waterfall yang terdiri dari: 1) analisis kebutuhan; 2) desain; 3) implementasi; 4) verifikasi; 5) pemeliharaan. Selanjutnya teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan ialah teknik analisis data kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Rancangan sistem informasi penjualan berbasis website dirancang menggunakan CMS (Content Management System) dengan melalui tahap perencanaan, penggambaran, dan pembuatan desain rampilan serta pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah menjadi satu kesatuan yang utuh., 2) Persepsi pelanggan terhadap sistem informasi penjualan berbasis website memiliki kategori "sangat setuju" untuk digunakan.

**Kata Kunci:** *Sistem Informasi, Penjualan, Website.*

---

<sup>1</sup>E-mail Corresponding Author: amiruddin@poliupg.ac.id  
Diterima (14/9/2023), Dipublikasikan Online (22/12/2023)  
P-ISSN: 2775-1279, E-ISSN: 2775-2186

## 1. PENDAHULUAN

Pada zaman modern ini, teknologi informasi berpengaruh besar terhadap perekonomian dunia. Dalam bidang ekonomi, teknologi informasi digunakan untuk meningkatkan kinerja serta daya saing dengan perusahaan lain yang sejenis. Hal ini juga berpengaruh positif terhadap laba dan penjualan produk. Dengan adanya teknologi informasi, tentu akan memudahkan manusia dalam menyelesaikan suatu pekerjaan. Seiring dengan perkembangan zaman yang begitu pesat, diikuti perkembangan teknologi yang sangat cepat memberikan pengaruh pada cara berpikir maupun berperilaku seseorang, pengaruh tersebut juga berdampak pada dunia bisnis. Pada dunia bisnis, teknologi sangat membantu terutama dalam sistem informasi yang terintegrasi dengan baik, serta memudahkan bisnis agar lebih efektif dan efisien. Sudah banyak pelaku bisnis yang memanfaatkan teknologi untuk membantu dalam menjalankan usaha.

Persaingan yang semakin kompetitif pada setiap aktivitas bisnis memunculkan ide untuk memadukan teknologi informasi dengan bisnis. Pembukaan jalur perdagangan *online* juga sangat memudahkan baik bagi perusahaan maupun pelanggan untuk melihat dan mendapatkan informasi produk. Hanya dari rumah atau kantor, pelanggan dapat melihat produk, mengakses informasi, memesan, dan membayar dengan pilihan yang tersedia pada layar *handphone* atau komputer. Pelanggan dapat menghemat waktu dan biaya karena tidak perlu datang ke toko atau tempat transaksi sehingga dari tempat duduk, pelanggan dapat terhubung dengan penjual secara langsung tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Strategi yang efektif dan efisien dalam penerapan penjualan yaitu menggunakan strategi *digital* salah satunya melalui *website*. Keberadaan *website* mampu menjadi senjata yang ampuh dalam memperkenalkan suatu perusahaan, baik dalam skala nasional maupun internasional melalui informasi yang tertera dalam profil *website* suatu perusahaan di manapun dan kapanpun.

*Website* dapat dikatakan memiliki banyak keuntungan bagi perusahaan yang menggunakan. *Website* mampu meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan wadah edukasi bagi publik yang mengunjungi *website* perusahaan tersebut. Hal yang sama juga dilakukan oleh CV Media One Mart Makassar yang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang percetakan, yaitu dengan menggunakan perancangan sistem penjualan berbasis digitalisasi (*website*). CV Media One Mart Makassar masih dalam wilayah tertentu yaitu daerah Tamalanrea di Kota Makassar. Namun, dengan melakukan perencanaan ekspansi pasar yaitu membuka cabang di seluruh provinsi, maka memerlukan penerapan strategi yang akan menjangkau pasar yang lebih luas melalui perancangan sistem informasi penjualan berbasis *website*. Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan pada Divisi Percetakan CV Media One Mart Makassar, menunjukkan bahwa pemasaran *digital* (Facebook, Instagram, Tokopedia dan Shopee) yang digunakan masih tidak dikelola dengan baik dan masih sedikit pelanggan yang mengakses, sehingga memerlukan media tambahan yang memudahkan pelanggan untuk memperoleh informasi terkait perusahaan dengan mudah, mengenal perusahaan lebih dalam, mencari informasi produk (Buku Agenda, PIN, Plakat, *Mug*, Gantungan Kunci, Buku Yasin, Stiker, dsb), berkomunikasi dengan pihak perusahaan secara *online* serta mendapatkan informasi pelayanan yang ditawarkan. Di samping itu, dilakukan wawancara kepada beberapa pelanggan, bahwa selama ini pelanggan harus datang ke tempat percetakan CV Media One Mart Makassar secara langsung, baik dalam memperoleh informasi maupun melakukan transaksi. Kondisi ini membuat pelanggan kesulitan jika harus datang secara langsung terutama pelanggan yang berjarak jauh dari tempat percetakan. Maka, dengan merancang sistem informasi penjualan berbasis *website* diharapkan

dapat memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk memperoleh informasi dan melakukan transaksi di manapun dan kapanpun. Berdasarkan masalah yang dipaparkan di atas, dipilihlah “Perancangan Sistem Informasi Penjualan berbasis *Website* pada Divisi Percetakan CV Media One Mart Makassar” sebagai judul skripsi ini.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1. Manajemen Penjualan**

Arianto (2022: 136) menyatakan bahwa “Manajemen penjualan adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, implementasi, pengendalian terhadap aktivitas penjualan yang dilakukan oleh perusahaan melalui tenaga penjualan”. Selanjutnya, Swastha dalam Farid (2017: 277) menjelaskan bahwa “Manajemen penjualan adalah perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program tatap muka yang dirancang untuk mencapai tujuan penjualan perusahaan”.

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa manajemen penjualan adalah proses perencanaan, implementasi, dan pengendalian terhadap aktivitas penjualan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan penjualan perusahaan.

### **2.2. Sistem Informasi Penjualan**

Duha (2019: 19), menjelaskan pengertian sistem informasi penjualan di bawah ini.

“Sistem informasi penjualan dapat diartikan sebagai suatu pembuatan pernyataan penjualan, dimana kegiatannya akan dijelaskan melalui prosedur-prosedur yang meliputi urutan kegiatan sejak diterimanya pesanan dari pembeli, pengecekan barang ada atau tidak ada dan diteruskan dengan pengiriman barang yang disertai dengan pembuatan faktur dan mengadakan pencatatan atas penjualan yang berlaku”.

Rudi dalam Fitriyana (2020: 106), menjelaskan pengertian sistem informasi penjualan di bawah ini.

“Sistem informasi penjual adalah sebuah teknik pemasaran berbasis web dan internet yang digunakan untuk mencapai sasaran dan mendukung konsep pemasaran yang modern sehingga perusahaan dapat memasarkan produk atau jasa secara cepat untuk dapat dikenal oleh masyarakat luas mengenai penjelasan produk atau jasa yang lebih terperinci yang dapat membantu pelanggan untuk mendapatkan informasi yang diinginkan”.

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa sistem informasi penjualan adalah sebuah teknik penjualan berbasis website yang memproses data dan seluruh kegiatan usaha yang terdiri dari penjualan barang atau jasa serta dapat memudahkan pelanggan untuk memperoleh informasi yang diinginkan.

### **2.3. Website**

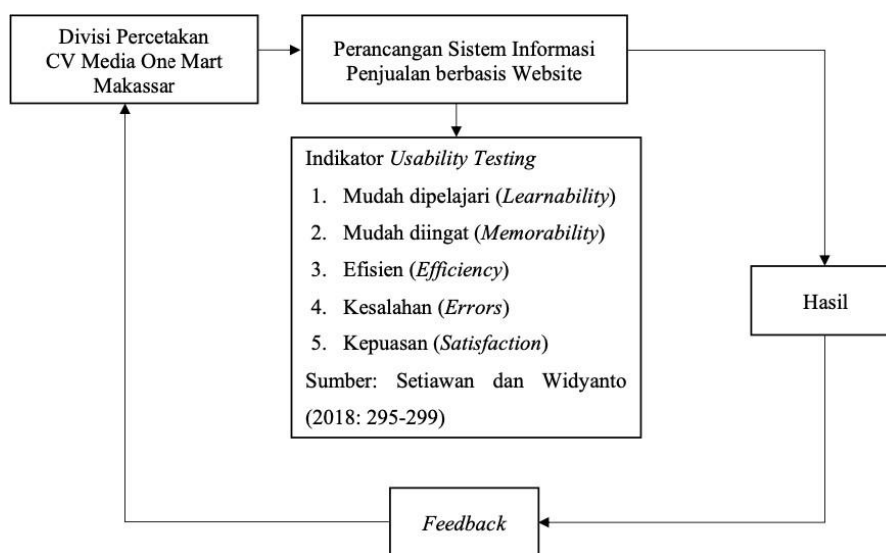
Menurut Laugi (2018: 113) bahwa “*Website* atau disingkat *web*, dapat diartikan sekumpulan halaman yang terdiri dari beberapa laman yang berisi informasi dalam bentuk data digital baik berupa text, gambar, video, audio, dan animasi lainnya yang disediakan melalui jalur koneksi *internet*”.

Menurut Kuryanti dan Novita (2018: 40) bahwa “Website adalah keseluruhan halaman-halaman web yang terdapat dalam sebuah domain yang mengandung informasi”. Website biasanya dibangun atas banyak halaman web yang saling berhubungan antara satu halaman web dengan halaman web yang lainnya yang disebut *hyperlink*, sedangkan media penghubung berupa teks di sebut *hypertext*.

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa *website* adalah sekumpulan informasi yang berbentuk halaman yang disediakan melalui *internet*.

## 2.4. Kerangka Konseptual

Alur-alur dan pola manajemen yang baik dan terintegrasi dalam perancangan sistem informasi penjualan berbasis website pada Divisi Percetakan CV Media One Mart Makassar lebih jelasnya dapat dilihat bagian-bagian kerangka konseptual berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

## 3. METODE PENELITIAN

### 3.1. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif. Analisis data kuantitatif diperoleh dari kuesioner dengan memberikan bobot skor penilaian terhadap pernyataan-pernyataan yang diajukan dan dibuat skala pengukuran data dengan menggunakan skala likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi pelanggan terhadap sistem informasi penjualan berbasis *website* pada Divisi Percetakan CV Media One Mart Makassar.

Tabel 1. Kategori dan Skor Skala Likert

Kategori	Skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Kurang Setuju (KS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2016:93)

Data responden yang diperoleh dari kuesioner diinterpretasikan dalam empat interval dengan menggunakan rumus *rating scale* sebagai berikut.

$$\begin{aligned} \text{Panjang Interval} &= \frac{\text{Rentang Skor (Skor Maksimal-Skor Minimal)}}{\text{Jumlah Kelas Interval}} \\ &= \frac{4 - 1}{4} \\ &= 0,75 \end{aligned}$$

Diperoleh panjang interval yaitu 0,75 dengan kriteria penilaian umum sebagai berikut.

**Tabel 2. Kategori Penilaian Umum**

Skor	Interval Skor Total	Kategori
4	3,28 – 4,00	Sangat Setuju (SS)
3	2,52 – 3,27	Setuju (S)
2	1,76 – 2,51	Kurang Setuju (KS)
1	1,00 – 1,75	Sangat Tidak Setuju (STS)

Sumber: Sugiyono (2016:93)

### 3.2. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan dua cara, yakni kuesioner dan wawancara. Ketiga teknik tersebut dijelaskan secara singkat di bawah ini.

#### 1. Kuesioner

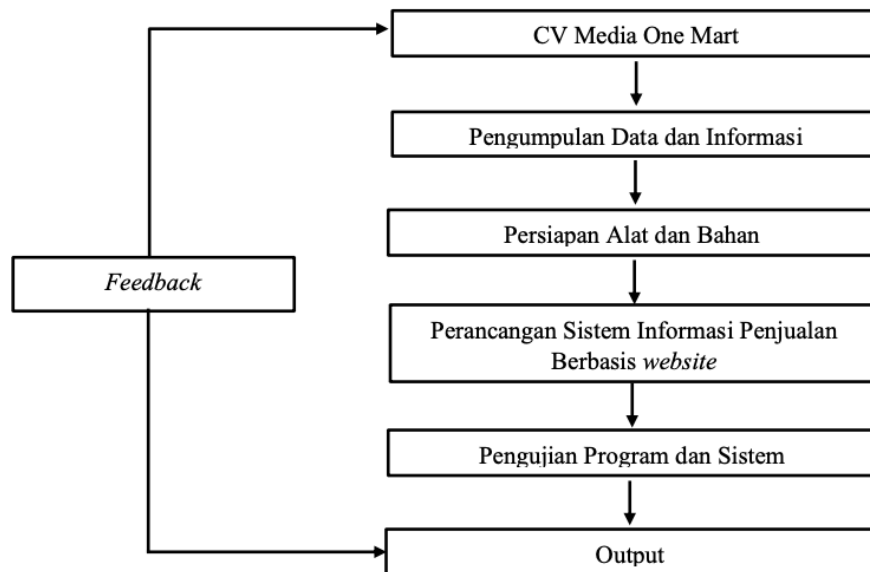
Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan beberapa pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini, kuesioner akan diberikan kepada 30 responden yang akan menggunakan *website* untuk mengetahui bagaimana persepsi atau jawaban responden terhadap *website* yang telah dibuat.

#### 2. Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan mewawancarai CEO dan 1 karyawan pada Divisi Percetakan CV Media One Mart Makassar. Tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan informasi secara detail sehingga diharapkan mampu menunjang kelancaran proses penelitian.

### 3.3. Perancangan Program

Setelah menentukan metode perancangan program, langkah selanjutnya ialah merancang suatu *website* pada Divisi Percetakan CV Media One Mart Makassar yang dapat dilihat dari *flowchart* berikut.



Gambar 2. Flowchart Perancangan Website

### 3.4. Langkah-langkah Pengujian Program

Terdapat dua tahap pengujian yaitu uji coba program dan uji coba sistem, seperti yang dijabarkan di bawah ini.

#### 1) Uji Coba Program

Tahap pengujian adalah suatu proses untuk menguji aplikasi berbasis *website* yang telah selesai dibuat. Hal ini bertujuan untuk menemukan kesalahan dan kemudian memperbaikinya. Ada beberapa pendekatan yang digunakan untuk melakukan pengujian, yaitu:

1. pengujian fungsional dan operasional (*functional and operational testing*);
2. pengujian navigasi (*navigation testing*);
3. pengujian konfigurasi (*configuration testing*);
4. pengujian keamanan dan performansi (*security and performance testing*).

#### 2) Uji Coba Sistem

Pengujian sistem ini dilakukan dengan cara mendemonstrasikan *website* tersebut kepada *user* atau pihak perusahaan yang akan menggunakan *website* tersebut. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah *website* yang telah dibuat telah sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan apabila *website* tersebut terdapat kekurangan atau tidak sesuai dengan kebutuhan perusahaan, maka dilakukan perbaikan.

### 3.5. Defisini Operasional

Perancangan sistem informasi adalah kegiatan mengembangkan sistem baru untuk memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam memperoleh informasi dan melakukan transaksi pada Divisi Percetakan CV Media One Mart Makassar.

Sistem informasi penjualan berbasis *website* yang dimaksud adalah pelaksanaan penjualan, baik berupa barang maupun jasa yang ditawarkan oleh CV Media One Mart Makassar dengan pemanfaatan *website* sebagai alat untuk memudahkan pelanggan dalam memperoleh informasi dan melakukan transaksi.

Adapun indikator *usability testing* pada *website* yang menjadi acuan dalam merancang sistem informasi penjualan berbasis *website* yang terbagi dalam lima jenis, yakni mudah dipelajari (*learnability*), mudah diingat (*memorability*), efisien (*efficiency*), kesalahan (*errors*), dan kepuasan (*satisfaction*).

1. Mudah dipelajari (*learnability*)

Seberapa mudah pelanggan dalam mempelajari sistem informasi penjualan berbasis *website* pada Divisi Percetakan CV Media One Mart Makassar sehingga dapat digunakan dalam memenuhi *task* yang ada serta kemudahan dalam pemakaian fungsi-fungsi, fitur, dan memahami konten yang tersedia pada *website*.

2. Mudah diingat (*memorability*)

Sejauh mana kemudahan pelanggan dalam mengingat cara menggunakan sistem informasi penjualan berbasis *website* pada Divisi Percetakan CV Media One Mart Makassar serta kemudahan pelanggan dalam mengingat fitur dan tata letak *interface website*.

3. Efisien (*efficiency*)

Seefisien apa para pelanggan dalam melakukan beberapa *task* yang tersedia dalam sistem informasi penjualan berbasis *website* pada Divisi Percetakan CV Media One Mart Makassar serta seberapa cepat pelanggan dalam mengakses *menu* dan mendapatkan informasi yang ada pada *website*.

4. Kesalahan (*errors*)

Seberapa banyak kesalahan yang dilakukan oleh pelanggan, seberapa seriusnya kesalahan yang dilakukan, dan bagaimana cara pelanggan dalam memperbaiki kesalahan ketika menggunakan sistem informasi penjualan berbasis *website* pada Divisi Percetakan CV Media One Mart Makassar.

5. Kepuasan (*satisfaction*)

Tingkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan sistem informasi penjualan berbasis *website* pada Divisi Percetakan CV Media One Mart Makassar yang dapat diukur dengan kenyamanan pelanggan terhadap tampilan *website*, kepuasan terhadap informasi yang disajikan, tata letak dan konten *website*.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 4.1. Perancangan Sistem Informasi Penjualan berbasis *Website* pada Divisi Percetakan CV Media One Mart Makassar

Perancangan sistem informasi penjualan berbasis *website* adalah proses merancang dan merencanakan secara sistematis bagaimana sistem informasi akan dikembangkan dan diimplementasikan untuk mengelola dan mendukung proses penjualan dalam bisnis pada Divisi Percetakan CV Media One Mart Makassar.

Divisi Percetakan CV Media One Mart Makassar membutuhkan perancangan sistem informasi penjualan yang efektif dan efisien untuk meningkatkan operasional dan layanan penjualan. Oleh karena itu, diputuskan untuk merancang sistem informasi penjualan berbasis

*website* yang dapat memberikan keuntungan dalam mengelola proses penjualan, mengoptimalkan inventaris, serta meningkatkan interaksi dengan pelanggan.

Dilakukan wawancara dan pengujian sistem untuk mendapatkan umpan balik dan penilaian dari dua perspektif yang berbeda, yaitu karyawan yang menggunakan sistem secara langsung dan CEO sebagai pemimpin perusahaan. Dengan demikian, berikut ini adalah beberapa hasil yang diperoleh dari hasil pengujian sistem dan wawancara seperti di bawah ini.

1. Sistem Informasi Penjualan berbasis *Website* ini memberikan kontribusi dalam menjalankan operasi penjualan. *Website* ini membantu dalam memproses pesanan dengan lebih efisien, memantau stok dengan lebih baik, dan memberikan layanan yang lebih baik melalui *platform online*.
2. Sistem Informasi Penjualan berbasis *Website* memberikan manfaat dalam peningkatan efisiensi operasional, pengembangan jangkauan pasar, dan meningkatkan visibilitas merek perusahaan.
3. Fasilitas yang disediakan pada Sistem Informasi Penjualan berbasis *Website* telah sesuai dengan kebutuhan Divisi Percetakan CV Media One Mart Makassar. *Website* ini memenuhi kebutuhan dalam pemrosesan pesanan, pengelolaan inventaris, dan layanan pelanggan.
4. Tidak ada kendala terkait penggunaan Sistem Informasi Penjualan berbasis *Website* ini. *Website* ini berjalan dengan lancar dan tanpa masalah yang signifikan.
5. Menghubungkan *website* dengan *link* media sosial perusahaan, sehingga memudahkan pelanggan untuk mengakses dan memperkenalkan perusahaan kepada calon pelanggan potensial.

Kesimpulan dari hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa, perancangan sistem informasi penjualan berbasis *website* telah mendapatkan tanggapan positif dari karyawan dan CEO CV Media One Mart Makassar. *Website* ini dinilai membantu dalam menjalankan operasi penjualan, meningkatkan efisiensi, pengelolaan inventaris yang lebih baik, dan layanan pelanggan yang lebih baik. Karyawan pada Divisi Percetakan CV Media One Mart Makassar mengatakan bahwa “Salah satu manfaat utama yang saya rasakan adalah meningkatnya efisiensi”. Adapun tanggapan CEO CV Media One Mart Makassar “Ya, sistem informasi penjualan berbasis *website* ini telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam menjalankan operasi penjualan kami. Kami dapat memproses pesanan dengan lebih cepat, mengelola inventaris dengan lebih baik, dan memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan kami melalui *platform online*”. Perbaikan saran untuk menghubungkan *website* dengan media sosial perusahaan juga diterima dengan baik sebagai langkah untuk meningkatkan visibilitas perusahaan.

Berikut ini hasil Perancangan Sistem Informasi Penjualan berbasis *Website* pada Divisi Percetakan CV Media One Mart Makassar.

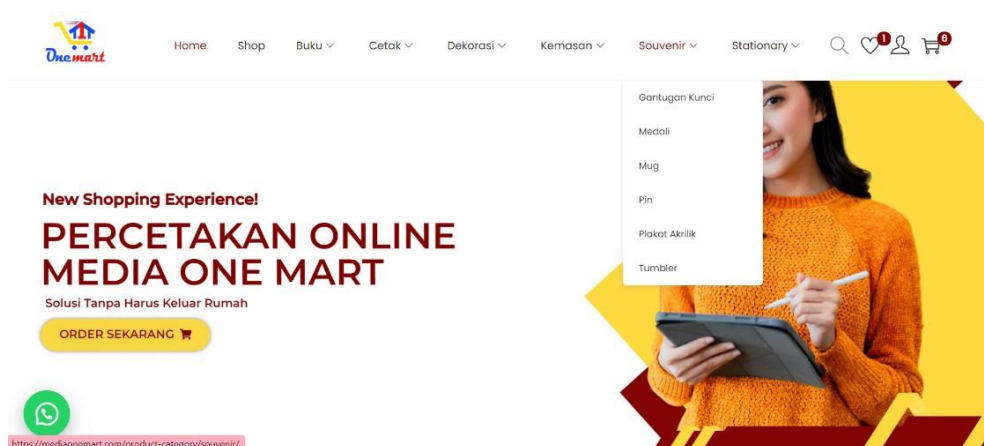
#### 1. Halaman *Home*

Halaman ini merupakan tampilan awal suatu *website*. Halaman *Home* menampilkan beberapa bagian seperti di bawah ini.

##### a) *Header*

*Header* merupakan bagian atas *website* yang akan terus tampil pada setiap halaman. Bagian *header* menampilkan logo perusahaan, *menu* dan *sub menu*. Tampilan *header* dapat dilihat pada gambar di bawah ini.





Gambar 3. Tampilan Header

## b) Isi/konten

Bagian isi/konten pada halaman beranda memuat identitas singkat, keunggulan perusahaan, dan produk yang ditawarkan. Selain itu, terdapat tombol yang dapat mengarahkan *user* untuk melihat detail atau informasi lengkap mengenai jenis – jenis produk. Adapun tampilan bagian isi/konten seperti di bawah ini.



Gambar 4. Tampilan bagian isi/konten

c) Footer

Footer adalah bagian bawah *website* yang akan selalu tampil pada setiap halaman. Pada bagian *footer* menampilkan logo, alamat, beberapa *menu* dan sosial media CV Media One Mart Makassar. *Menu* yang terdapat pada footer merupakan tombol yang akan mengarahkan *user* masuk ke halaman tertentu.



Gambar 5. Tampilan Footer

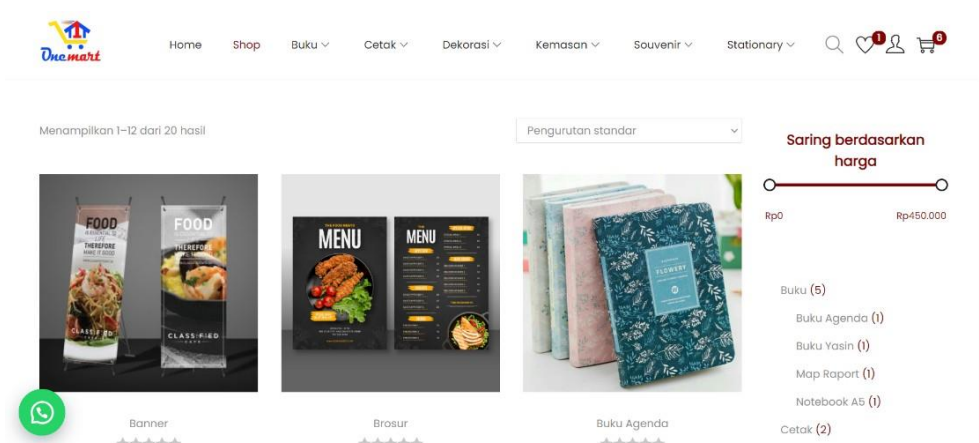
Tampilan halaman *Home* secara keseluruhan seperti di bawah ini.



Gambar 6. Halaman Beranda

## 2. Halaman *Shop*

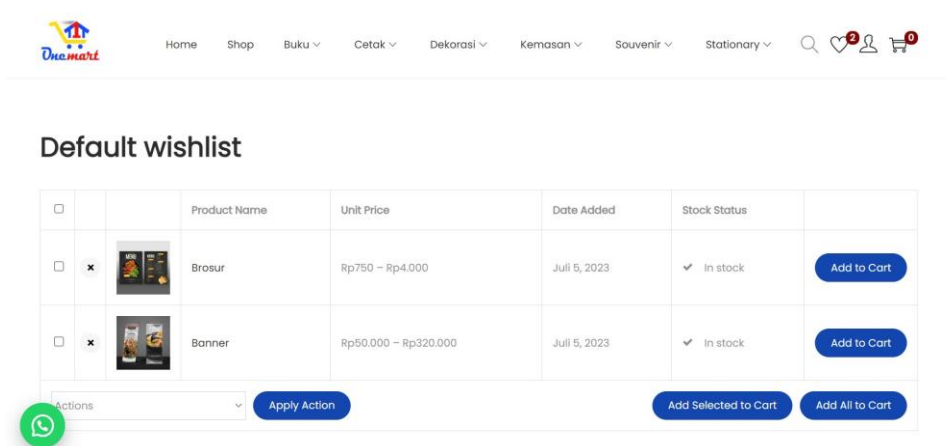
Halaman *Shop* menyajikan gambar dan informasi mengenai produk yang ditawarkan perusahaan.



**Gambar 7. Halaman *Shop***

## 3. Halaman *Wishlist*

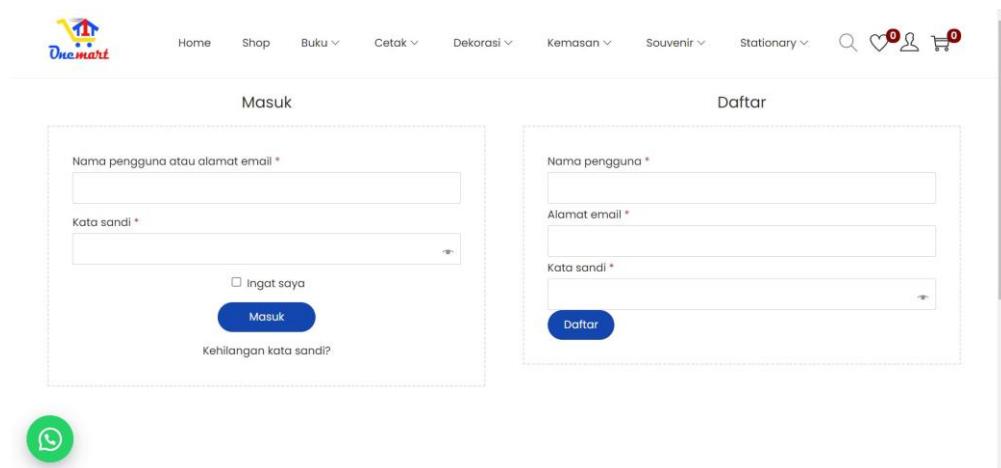
Halaman *Wishlist* memungkinkan *user* untuk menyimpan daftar produk yang menarik minat *user*. *User* dapat menambahkan produk-produk yang ditemukan atau ingin membeli di masa depan ke dalam *wishlist*. Dengan demikian, *wishlist* berfungsi sebagai daftar belanja yang dapat diakses kapan saja.



**Gambar 8. Halaman *Wishlist***

## 4. Halaman *Login/Register*

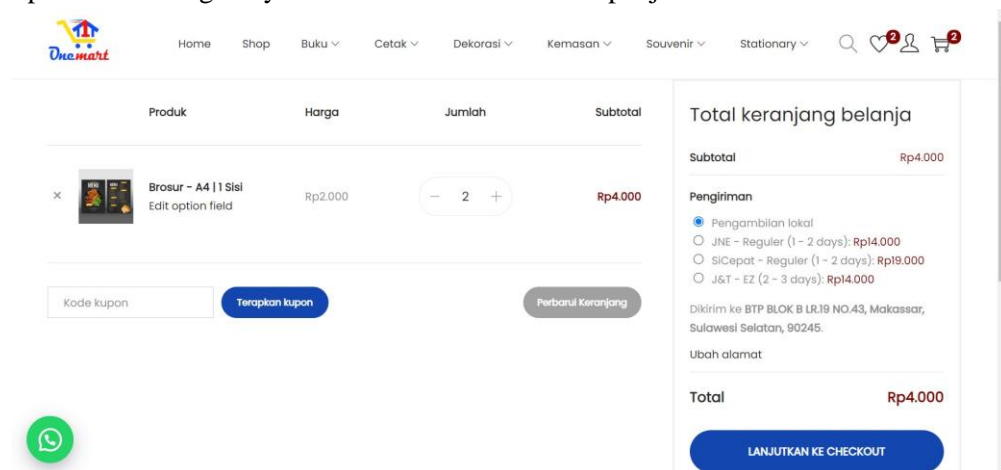
Halaman *Login/Register* akan menampilkan *form* data diri yang harus diisi oleh *user* yang digunakan untuk mengotentikasi *user*, yaitu memverifikasi identitas *user* sebelum mereka dapat mengakses fitur-fitur tertentu atau melakukan transaksi di *website*. *User* harus memasukkan informasi seperti nama dan kata sandi yang sesuai dengan akun yang telah didaftarkan sebelumnya.



Gambar 9. Halaman *Login/Register*

#### 5. Halaman Keranjang

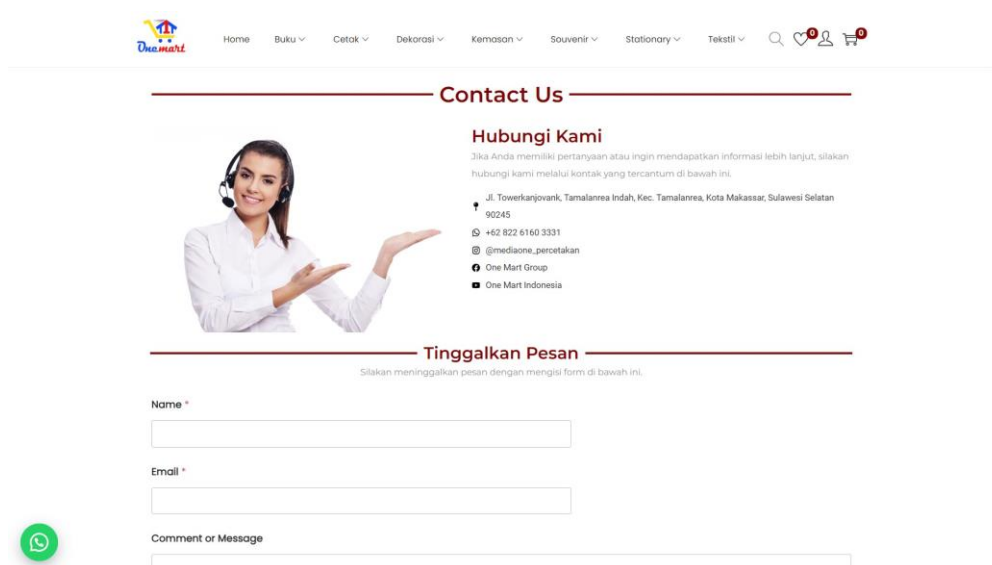
Halaman Keranjang berfungsi agar *user* dapat dengan mudah mengelola produk yang ingin dibeli, melihat total harga, dan melanjutkan ke tahap pembayaran. Hal ini memudahkan *user* untuk melakukan pembelian dengan nyaman dan efisien di *website* penjualan.



Gambar 10. Halaman Keranjang

#### 6. Halaman *Contact Us*

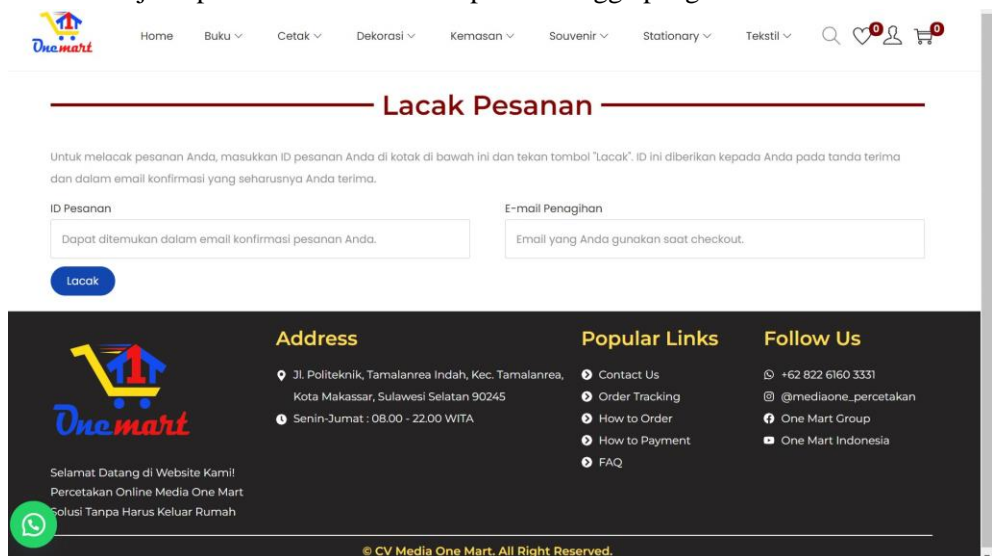
Halaman *Contact Us* yang terdapat pada bagian *footer* dapat diklik dan akan menampilkan informasi kontak dari perusahaan mulai dari alamat, WhatsApp, Instagram, Facebook, Youtube dan fitur *maps/peta* lokasi. Informasi tersebut ditautkan pada *link* yang dapat mengarahkan ke *platform* yang diinginkan. Selain itu, *user* juga dapat meninggalkan pesan ke pihak perusahaan.



Gambar 11. Halaman *Contact Us*

## 7. Halaman *Order Tracking*

Halaman *Order Tracking* yang terdapat pada bagian *footer* untuk memudahkan *user* melacak status pesanan. *User* dapat memasukkan ID Pesanan dan *E-mail* penagihan yang diberikan saat pesanan ditempatkan untuk melihat informasi terkini tentang pesanan produk. Ini membantu *user* memantau kemajuan pesanan dari saat ditempatkan hingga pengiriman.



Gambar 12. Halaman *Order Tracking*

## 8. Halaman *How to Payment*

Halaman *How to Payment* yang terdapat pada bagian *footer* memberikan panduan langkah demi langkah kepada pelanggan tentang proses pembayaran produk. Informasi yang tersedia yaitu, cara melakukan pembayaran, konfirmasi pembayaran, validasi pembayaran dan garansi uang kembali.

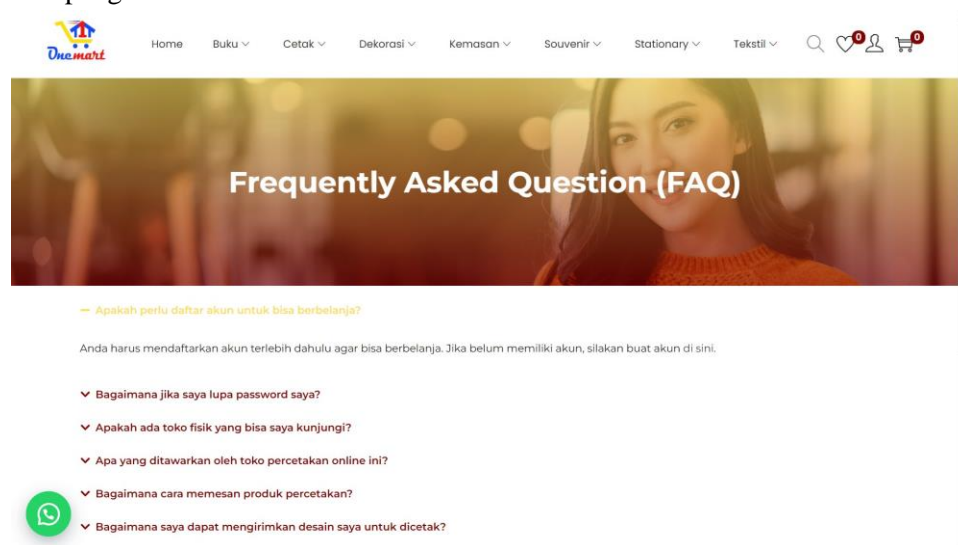




Gambar 13. Halaman *How to Payment*

#### 9. Halaman FAQ

Halaman FAQ yang terdapat pada bagian *footer* memberikan jawaban cepat dan mudah untuk pertanyaan yang sering diajukan oleh pelanggan. Hal ini membantu mengurangi beban admin, meningkatkan pemahaman produk atau layanan, menghilangkan keraguan, dan meningkatkan pengalaman *user* secara keseluruhan.



Gambar 14. Halaman FAQ

#### 10. Retur (*Refund*)


Halaman Retur terdapat pada menu pesanan yang diakses oleh pelanggan yang telah memiliki akun. Fungsi utama dari halaman ini ialah memfasilitasi permintaan retur, memantau dan mengelola permintaan retur, serta meningkatkan kepercayaan pelanggan dan mengurangi potensi konflik serta ketidakpuasan pelanggan melalui proses retur yang terstruktur dan efisien.

The screenshot shows the DUA mart website interface. At the top, there is a navigation bar with the DUA mart logo, a home icon, a shop dropdown, a news icon, a search icon, a heart icon with a notification badge, a user profile icon with a notification badge, and a shopping cart icon with a notification badge. Below the navigation bar is a sidebar menu with options: Dasbor, Pesanan, Unduhan, Detail Akun, Wishlist, and Keluar. The main content area displays a table of orders:

Pesanan	Tanggal	Status	Total	Aksi
#900	September 1, 2023	Ditahan	Rp2.000 untuk 1 item	<a href="#">Lihat</a> <a href="#">View Order Messages</a> <a href="#">Refund</a>
#804	Agustus 16, 2023	Ditahan	Rp820.000 untuk 6 item	<a href="#">Lihat</a> <a href="#">View Order Messages</a> <a href="#">Refund</a>

Below the table, there is a WhatsApp icon and a URL: <https://mediaonemart.com>. The bottom part of the screenshot shows the 'Order's Product Refund Request Form' with a table of products and a form for entering bank details, subject of request, and reasons for refund.

### Order's Product Refund Request Form

Product	Quantity	Total
 <p>Brosur - A4   1 Sisi x 1            • Ukuran Brosur:            A4   1 Sisi            Price : Rp2.000</p>	<input type="text" value="1"/>	Rp2.000
Total Refund Amount		Rp2.000

#### Bank Account Details

Please Enter the bank details for manual refund

#### Subject of Refund Request \*

Other

Write your refund reason

#### Description for Refund Reason \*

Write your description for a refund

#### Attach Files \*

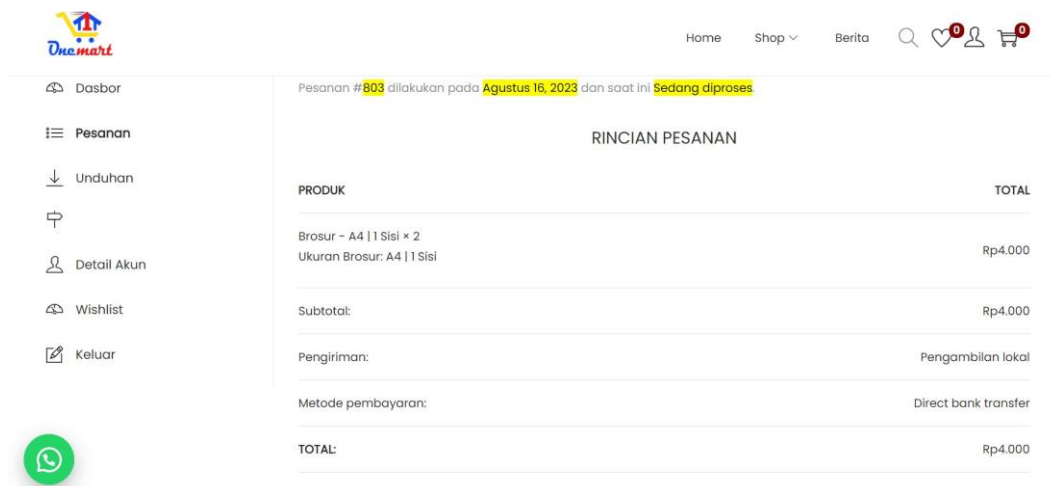
No file chosen

Only png, jpg and jpeg extension file is approved.

**Gambar 15. Form Retur**

### 11. Halaman Transaksi Pelanggan

Halaman transaksi pelanggan merupakan bagian penting dalam sistem informasi penjualan yang memungkinkan pelanggan untuk memesan produk atau layanan, mengisi data pribadi, melakukan pembayaran, menerima konfirmasi pesanan, mengakses riwayat pesanan, memantau pengiriman, dan mendapatkan dukungan pelanggan.



Gambar 16. Halaman Transaksi Pelanggan

### 4.2. Persepsi Pelanggan terhadap Sistem Informasi Penjualan berbasis Website pada Divisi Percetakan CV Media One Mart Makassar

Tabel 3. Rekapitulasi Hasil Tanggapan Penggunaan terkait Usability Testing pada website

Usability Testing	Nilai Rata – Rata Tanggapan Responden
Learnability (mudah dipelajari)	3,54
Memorability (mudah diingat)	3,56
Efficiency (efisien)	3,49
Errors (kesalahan)	2,28
Satisfaction (kepuasan)	3,63
<b>Total</b>	<b>16,50</b>
<b>Rata – Rata</b>	<b>3,30</b>

Sumber: Data primer diolah, 2023

Persepsi Pelanggan adalah cara atau pandangan subjektif yang dimiliki oleh pelanggan terhadap Sistem Informasi Penjualan berbasis Website. Dari hasil rekapitulasi hasil tanggapan pengguna terkait usability testing pada website menunjukkan bahwa perancangan sistem informasi penjualan berbasis website pada Divisi Percetakan CV Media One Mart Makassar sangat setuju untuk digunakan dengan nilai rata-rata yaitu sebesar 3,30.



Berdasarkan hasil analisis data kuantitatif terhadap indikator *usability testing* pada *website* yaitu, *learnability* (mudah dipelajari) dengan nilai rata-rata dari tanggapan responden sebesar 3,54, *memorability* (mudah diingat) dengan nilai rata-rata dari tanggapan responden sebesar 3,56, *efficiency* (efisien) dengan nilai rata-rata dari tanggapan responden sebesar 3,49, *errors* (kesalahan) dengan nilai rata-rata dari tanggapan responden sebesar 2,28 dan *satisfaction* (kepuasan) dengan nilai rata-rata dari tanggapan responden sebesar 3,63.

Dari kelima indikator *usability testing* pada *website* memiliki total rata-rata 3,30 yang berada pada range 3,26-4,00 dengan kategori sangat setuju. Indikator yang memiliki rata-rata tertinggi adalah *satisfaction* (kepuasan) memiliki rata-rata 3,63 dengan kategori sangat setuju karena, pelanggan CV Media One Mart Makassar sangat setuju terhadap kenyamanan pada tampilan, informasi yang disajikan, dan tata letak (*layout*) pada sistem informasi penjualan berbasis *website* pada Divisi Percetakan CV Media One Mart Makassar. Adapun indikator terendah yaitu, *errors* (kesalahan) dengan nilai rata-rata 2,28 yang berada pada range 1,76 - 2,51 dengan kategori kurang setuju karena, pelanggan tidak menemukan kesalahan saat menggunakan *website* dan tidak mengetahui seberapa serius kesalahan saat menggunakan *website*.

Data tersebut didukung oleh hasil pertanyaan terbuka yang diberikan kepada pelanggan. Pada indikator *satisfaction* (kepuasan), sebagian besar menyatakan bahwa tampilan dari sistem informasi penjualan berbasis *website* pada Divisi Percetakan CV Media One Mart Makassar baik, memudahkan pelanggan dalam mengakses dan membeli barang, informasi yang diberikan lengkap, dan dilengkapi fitur transaksi pembayaran yang dapat memudahkan pelanggan saat melakukan transaksi. Indikator *errors* (kesalahan), sebagian besar menyatakan bahwa tidak mendapatkan kesalahan saat menggunakan sistem informasi penjualan berbasis *website* pada Divisi Percetakan CV Media One Mart Makassar. Responden yang menemukan kesalahan saat menggunakan *website* menyatakan bahwa dapat mengetahui seberapa banyak dan seberapa serius kesalahan yang dilakukan saat menggunakan *website*, serta dapat memperbaiki kesalahan yang ditemukan.

## 5. SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Perancangan sistem informasi penjualan berbasis *website* pada Divisi Percetakan CV Media One Mart Makassar, dirancang menggunakan CMS (*Content Management System*) dengan melalui tahap perencanaan, penggambaran, dan pembuatan desain tampilan serta pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah menjadi satu kesatuan yang utuh. Persepsi pelanggan terhadap sistem informasi penjualan berbasis *website* pada Divisi Percetakan CV Media One Mart Makassar termasuk pada kategori sangat setuju pada indikator *satisfaction* (kepuasan). Adapun indikator terendah yaitu, *errors* (kesalahan) dengan kategori kurang setuju.

Selanjutnya dari hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang diajukan kepada pihak perusahaan CV Media One Mart Makassar, yaitu sebaiknya pihak perusahaan melakukan pengembangan secara terus-menerus dengan memastikan *website* selalu diperbarui dan ditingkatkan, sehingga perusahaan akan tetap kompetitif dan dapat memberikan pengalaman terbaik kepada pelanggan dan sebaiknya pihak perusahaan meminimalisir tingkat kesalahan (*error*) pada *website* dengan melakukan *maintenance* (pemeliharaan) yang berkala dan teratur, agar dapat memastikan *website* tetap berjalan dengan baik, memberikan pengalaman yang optimal bagi pelanggan, dan meminimalkan gangguan yang dapat berdampak negatif pada bisnis.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada direktur Politeknik Negeri Ujung Pandang, seluruh dosen dan staf Politeknik Negeri Ujung Pandang terutama Jurusan Administrasi Niaga, seluruh responden, dan semua pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, Nurmin. 2022. *Manajemen Pemasaran*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Duha, Tobias. 2019. *Sistem Informasi Penjualan berbasis Website*. Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media.
- Farid. 2017. *Kewirausahaan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Fitriyana, F. dan Sucipto, A. 2020. Sistem Informasi Penjualan oleh Sales Marketing Pada PT Erlangga Mahameru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*
- Laugi, S. 2018. Sistem Informasi berbasis Web dalam Penyelenggaraan Lembaga Pendidikan. *Shautut Tarbiyah*, 24(1), pp.109-126.
- Kuryanti, S. J., & Novianti, I. 2018. Pembuatan Website Sebagai Sarana Promosi Pariwisata:(Studi Kasus: Pantai Jatimalang, Purworejo). Sinkron: *jurnal dan penelitian teknik informatika*, 2(2), 37-46.