

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Konsep Dasar Sistem Informasi

3.1.1 Sistem

Menurut Herlambang (2005:116), definisi sistem dapat dibagi menjadi dua pendekatan, yaitu pendekatan secara prosedur dan pendekatan secara komponen. Berdasarkan pendekatan prosedur, sistem didefinisikan sebagai kumpulan dari beberapa prosedur yang mempunyai tujuan tertentu. Sedangkan berdasarkan pendekatan komponen, sistem merupakan kumpulan dari komponen-komponen yang saling berkaitan untuk mencapai tujuan tertentu.

Dalam perkembangan sistem yang ada, sistem dibedakan menjadi dua jenis, yaitu sistem terbuka dan sistem tertutup. Sistem terbuka merupakan sistem yang dihubungkan dengan arus sumber daya luar dan tidak mempunyai elemen pengendali. Sedangkan sistem tertutup tidak mempunyai elemen pengontrol dan dihubungkan pada lingkungan sekitarnya.

3.1.2 Sistem Informasi

Menurut Herlambang (2005:121), data adalah fakta-fakta atau kejadian-kejadian yang dapat berupa angka-angka atau kode-kode tertentu. Data masih belum mempunyai arti bagi penggunanya. Untuk dapat mempunyai arti data diolah sedemikian rupa sehingga dapat digunakan oleh penggunanya. Hasil pengolahan data inilah yang disebut sebagai informasi. Secara ringkas, informasi adalah data yang telah diolah dan mempunyai arti bagi penggunanya. Sehingga

sistem informasi dapat didefinisikan sebagai prosedur-prosedur yang digunakan untuk mengolah data sehingga dapat digunakan oleh penggunanya.

3.2 Analisa dan Perancangan Sistem

Analisis sistem dilakukan dengan tujuan untuk dapat mengidentifikasi dan mengevaluasi permasalahan yang terjadi dan kebutuhan yang diharapkan, sehingga dapat diusulkan perbaikannya.

Perancangan sistem merupakan penguraian suatu sistem informasi yang utuh ke dalam bagian komputerisasi yang dimaksud, mengidentifikasi dan mengevaluasi permasalahan, menentukan kriteria, menghitung konsistensi terhadap kriteria yang ada, serta mendapatkan hasil atau tujuan dari masalah tersebut serta mengimplementasikan seluruh kebutuhan operasional dalam membangun aplikasi.

Menurut Kendall (2003:7), Analisa dan Perancangan Sistem dipergunakan untuk menganalisis, merancang, dan mengimplementasikan peningkatan-peningkatan fungsi bisnis yang dapat dicapai melalui penggunaan sistem informasi terkomputerisasi.

3.2.1 Entity Relationship Diagram (ERD)

Entity Relationship Diagram (ERD) adalah gambaran pada sistem dimana di dalamnya terdapat hubungan antara *entity* beserta relasinya. *Entity* merupakan sesuatu yang ada dan terdefiniskan di dalam suatu organisasi, dapat abstrak dan nyata. Untuk setiap *entity* biasanya mempunyai *atribute* yang merupakan ciri *entity* tersebut. *Relasi* adalah hubungan antar *entity* yang berfungsi sebagai hubungan yang mewujudkan pemetaan antar *entity*.

Menurut Marlinda (2004:28), *Attribute* adalah kolom di sebuah relasi.

Macam-macam *attribute* yaitu:

1. *Simple Attribute*

Attribute ini merupakan *attribute* yang unik dan tidak dimiliki oleh *attribute* lainnya, misalnya *entity* pegawai yang *attribute*-nya nik.

2. *Composite Attribute*

Composite attribute adalah *attribute* yang memiliki dua nilai harga, misalnya nama besar (nama keluarga) dan nama kecil (nama asli).

3. *Single Value Attribute*

Attribute yang hanya memiliki satu nilai harga, misalnya *entity* pegawai dengan *attribute*-nya Umur (tanggal lahir).

4. *Multi Value Attribute*

Multi value attribute adalah *attribute* yang banyak memiliki nilai harga, misalnya *entity* pegawai dengan *attribute*-nya pendidikan (SD, SMP, SMA).

5. *Null Value Attribute*

Null value attribute adalah *attribute* yang tidak memiliki nilai harga, misalnya *entity* pekerja dengan *attribute*-nya pendidikan (tanpa memiliki ijazah).

Entity Relationship Diagram ini diperlukan agar dapat menggambarkan hubungan antar *entity* dengan jelas, dapat menggambarkan batasan jumlah *entity* dan partisipasi antar *entity*, mudah dimengerti pemakai dan mudah disajikan oleh perancang *database*. Untuk itu *Entity Relationship Diagram* dibagi menjadi dua jenis model, yaitu:

1. *Conceptual Data Model (CDM)*

Conceptual Data Model (CDM) adalah jenis model data yang menggambarkan hubungan antar tabel secara konseptual.

2. *Physical Data Model (PDM)*

Physical Data Model (PDM) adalah jenis model data yang menggambarkan hubungan antar tabel secara fisikal.

3.2.2 Data Flow Diagram (DFD)

Pada tahap ini, penggunaan notasi dapat membantu komunikasi dengan pemakai/user sistem untuk memahami sistem tersebut secara logika. Diagram yang menggunakan notasi-notasi untuk menggambarkan arus dari data sistem ini dikenal dengan nama Diagram Arus Data (*Data Flow Diagram*). DFD berfungsi untuk menggambarkan proses aliran data yang terjadi di dalam sistem dari tingkat yang tertinggi sampai yang terendah, yang memungkinkan untuk melakukan dekomposisi, mempartisi atau membagi sistem kedalam bagian-bagian yang lebih kecil dan yang lebih sederhana.

DFD fokus pada aliran data dari dan ke dalam sistem serta memproses data tersebut (Kendall, 2003:241).

Simbol-simbol dasar dalam DFD antara lain :

a. *Eksternal Entity*

Suatu *Eksternal Entity* atau entitas merupakan orang, kelompok, departemen, atau sistem lain di luar sistem yang dibuat dapat menerima atau memberikan informasi atau data ke dalam sistem yang dibuat. Gambar 3.1 merupakan simbol entitas dalam DFD dalam model Gane dan Sarson.



Gambar 3.1 Simbol Eksternal Entity

b. Data Flow

Data Flow atau aliran data disimbolkan dengan tanda panah. *Data Flow* menunjukkan arus data atau aliran data yang menghubungkan dua proses atau entitas dengan proses. Gambar 3.2 merupakan simbol *Data Flow*.

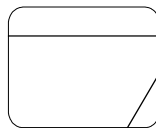


Gambar 3.2 Simbol Data Flow

c. Process

Suatu Proses dimana beberapa tindakan atau sekelompok tindakan dijalankan.

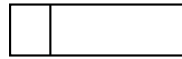
Gambar 3.3 merupakan simbol *Process*.



Gambar 3.3 Simbol Process

d. Data Store

Data Store adalah simbol yang digunakan untuk melambangkan proses penyimpanan data. Gambar 3.4 merupakan simbol file penyimpanan/*data store*.



Gambar 3.4 Simbol Data Store

3.3 Definisi Penjualan dan Pembelian

3.3.1 Penjualan

Definisi penjualan menurut kamus akuntansi (Widjajanto, 1994, p122) merupakan proses transfer hak atas barang untuk mendapatkan sumber daya lainnya. Dari pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah suatu aktivitas perusahaan yang memiliki tujuan utama dalam memperoleh pendapatan, baik untuk perusahaan besar maupun untuk perusahaan kecil.

Menurut Kotler (2006, p457), penjualan merupakan sebuah proses di mana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjual dipenuhi, melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan. Jadi, konsep penjualan adalah cara untuk mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Konsep penjualan adalah gagasan bahwa konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk perusahaan kecuali jika perusahaan tersebut melakukan usaha penjualan dan promosi dalam skala besar (Jobber, 2003).

Pentingnya promosi penjualan karena promosi penjualan adalah kegiatan-kegiatan pemasaran selain *personal selling*, periklanan dan publisitas, yang mendorong efektivitas pembelian konsumen dan pedagang dengan menggunakan alat peragaan, pameran, demonstrasi, dan sebagainya, yang ditujukan untuk meningkatkan penjualan barang tertentu. Menurut Kotler (2000, p401), “Bahwa menjual karir dengan gaji besar dan sangat memuaskan yang

membutuhkan komitmen tinggi dan kecepatan kerja. Namun yang paling ditakuti dari siklus penjualan adalah mencari prospek atau *prospecting*".

Dan menurut Merle (2002, p218), pengukuran aktivitas penjualan adalah merupakan langkah awal untuk memaksimalkan produktivitas tenaga penjual. penjualan perusahaan diukur dari daerah yang dikuasainya, termasuk melakukan adopsi dari diri tenaga penjual.

Menurut Force One (2006), ciri-ciri penjualan adalah sebagai berikut :

1. Push/mendorong/penyebaran.
2. Ditargetkan kepada pedagang/salesman.
3. Lebih mengandalkan harga dan distribusi.
4. Berdampak jangka pendek dan menengah 1-6 bulan.
5. Berkepentingan menambah jumlah pelanggan terdaftar.
6. Rasio pelanggan aktif/inti bertambah.
7. Frekuensi transaksi/*repeat order* meningkat.
8. Unit volume karton transaksi naik/bulan produktivitas outlet.

Menurut Forsyth (1990), ada empat tahap pendekatan sistematis yang dapat dilakukan untuk meningkatkan produktivitas penjualan, yaitu :

1. Analisis hubungan masukan/keluaran kini dan kecenderungannya.
2. Mempertimbangkan kembali sasaran keluaran.
3. Pelurusan kembali aktivitas masukan untuk memperoleh keluaran yang sama dengan masukan yang berkurang.
4. Meneliti secara rinci praktek manajemen penjualan.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi turunnya penjualan dibagi dalam faktor intern dan faktor ekstern.

1. Faktor intern, yaitu sebab yang terjadi karena perusahaan itu sendiri :
 - Penurunan promosi penjualan.
 - Penurunan komisi penjualan.
 - Turunnya kegiatan salesman
 - Turunnya jumlah saluran distribusi.
 - Pengetatan terhadap piutang yang diberikan.
2. Faktor ekstern, yaitu sebab yang terjadi karena pihak lain :
 - Perubahan kebijakan pemerintah.
 - Bencana alam.
 - Perubahan pola konsumen.
 - Munculnya saingan baru.
 - Munculnya pengganti.

3.3.2 Pembelian

Menurut kamus akuntansi (Widjajanto, 1994, p109), pembelian adalah suatu perkiraan yang digunakan untuk mencatat perolehan barang dagangan untuk dijual kembali, atau memperoleh bahan untuk digunakan dalam proses produksi.

Tujuan dari kegiatan pembelian menurut Render (2001, p414), adalah :

1. Membantu identifikasi produk dan jasa yang dapat diperoleh secara eksternal.
2. Mengembangkan , mengevaluasi dan menentukan pemasok, harga dan pengiriman terbaik bagi barang dan jasa tersebut.

Keputusan pembelian menurut Schiffman dan Kanuk (2004,p547) adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut dilakukan. Bentuk proses pengambilan keputusan tersebut dapat digolongkan sebagai berikut :

1. *Fully Planned Purchase* (pembelian yang direncanakan sepenuhnya), adalah pembelian di mana baik produk dan merek sudah dipilih sebelumnya. Biasanya terjadi ketika keterlibatan dengan produk tinggi (barang otomotif), namun bisa juga terjadi dengan keterlibatan pembelian yang rendah (kebutuhan rumah tangga). Pembelian ini dapat dialihkan dengan taktik penjualan, misalnya pengurangan harga atau aktivitas promosi lainnya.
2. *Partially Planned Purchase* (pembelian yang direncanakan sebagian), yaitu bermaksud untuk membeli produk yang sudah ada tetapi pemilihan merek ditunda sampai saat pembelanjaan. Keputusan akhir dapat dipengaruhi oleh diskon harga atau display produk.
3. *Unplanned Purchase* (pembelian yang tidak direncanakan), adalah pembelian di mana baik produk maupun merek dipilih di tempat pembelian. Konsumen sering memanfaatkan katalog dan produk pajangan sebagai pengganti daftar belanja. Dengan kata lain, sebuah pajangan dapat mengingatkan seseorang akan kebutuhan dan memicu pembelian (Engel, 2001, p127-128).

Secara garis besar, transaksi pembelian mencakup beberapa prosedur, yaitu:

1. Fungsi gudang mengajukan permintaan pembelian ke fungsi pembelian. Dasar dari permintaannya adalah saldo persediaan suatu barang, bila saldo mendekati jumlah minimum, maka bagian gudang segera membuat permintaan pembelian.
2. Fungsi pembelian meminta penawaran harga dari berbagai pemasok dan melakukan pemilihan pemasok, kemudian membuat order pembelian kepada pemasok yang dipilih. Order pembelian dibuat rangkap empat (4), lembar pertama untuk pemasok, lembar kedua untuk gudang, lembar ketiga untuk voucher, lembar keempat untuk arsip.
3. Fungsi penerimaan memeriksa dan menerima barang yang dikirim oleh pemasok, menyerahkan barang yang diterima kepada fungsi gudang untuk disimpan, dan melaporkan penerimaan barang kepada fungsi akuntansi.
4. Fungsi akuntansi menerima faktur tagihan dari pemasok dan atas dasar faktur dari pemasok tersebut, fungsi akuntansi mencatat kewajiban yang timbul dari transaksi pembelian.

Jaringan prosedur yang membentuk sistem akuntansi pembelian adalah:

1. Prosedur permintaan pembelian
Fungsi gudang mengajukan permintaan pembelian dalam formulir surat permintaan pembelian kepada fungsi pembelian
2. Prosedur permintaan penawaran harga dan pemilihan pemasok

Fungsi pembelian mengirimkan surat permintaan penawaran harga kepada para pemasok untuk memperoleh informasi mengenai harga barang dan berbagai syarat pembelian yang lain.

3. Prosedur order pembelian

Fungsi pembelian mengirim surat order pembelian kepada pemasok yang dipilih dan memberitahukan kepada unit-unit organisasi lain dalam perusahaan mengenai order pembelian yang sudah dikeluarkan perusahaan.

4. Prosedur penerimaan barang

Fungsi penerimaan melakukan pemeriksaan mengenai jenis, kuantitas, dan mutu barang yang diterima lalu membuat laporan penerimaan barang.

5. Prosedur pencatatan utang

Fungsi akuntansi memeriksa dokumen-dokumen yang berhubungan dengan pembelian dan faktur dari pemasok dan mengarsip dokumen dan mencatatnya sebagai utang.

6. Prosedur distribusi pembelian

Meliputi distribusi rekening yang didebit dari transaksi pembelian untuk kepentingan pembuatan laporan manajemen.